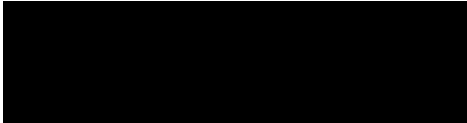




Québec, le 18 juin 2026



Par courriel

Numéro de référence : MRIF-20260601-003



La présente fait suite à votre demande d'accès aux documents reçue le 1er juin dernier et libellée comme suit :

« En vertu de l'article 9 de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels, je désire donc recevoir le ou les document(s) suivant(s) :

- Demande #1 - Copie de tous les diagnostics organisationnels réalisés ou commandés par le MRIF ainsi que tout document apparenté (rapports, exercices de révision des programmes, etc.) visant à aider la direction de LOJIQ ou ses composantes à améliorer le fonctionnement de l'organisme depuis le 1er janvier 2022.

- Demande #2 - Copie du rapport détaillé du sondage mené par la firme Léger Marketing en 2024-2025 ».

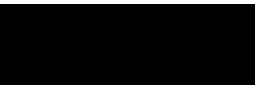
Au terme des recherches effectuées, veuillez trouver, ci-joint, les documents répondant à votre demande.

Veuillez prendre note que la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels (RLRQ, c. A-2.1, ci-après, « Loi sur l'accès »), prévoit certaines restrictions au droit d'accès. Ainsi, en vertu des articles 37, 53 et 54 de celle-ci, l'accès à certains renseignements contenus dans les documents qui vous sont transmis est refusé.



Conformément à l'article 51 de la Loi sur l'accès, nous vous informons que vous pouvez demander la révision de cette décision auprès de la Commission d'accès à l'information. Vous trouverez ci-joint une note explicative à ce sujet.

Je vous prie d'agréer, [REDACTED], l'expression de ma considération distinguée.



Raphaëlle Beauregard
Responsable de l'accès aux documents et de la protection des renseignements
personnels

p.j. 5



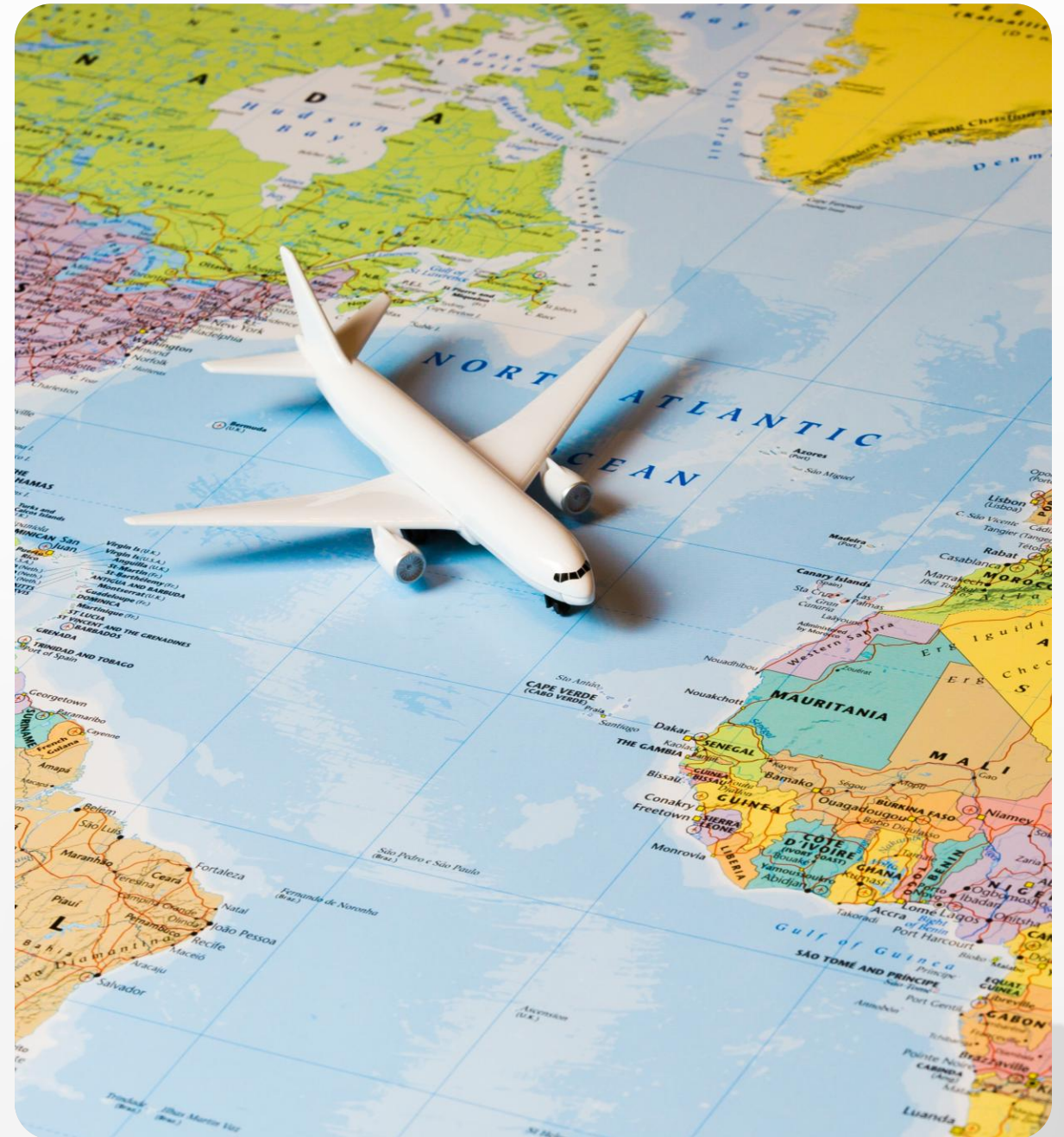
Rapport

Expériences, attitudes, et perceptions des programmes de mobilité

Sondage auprès des 16-35 ans



Date : 19 / 02 / 2025
Projet : 15387-004A



Contenu

1	Contexte et Méthodologie	3
2	Faits Saillants - Priorités Stratégiques et Publics Cibles	6
3	Volet quantitatif	18
3.1	Méthodologie – Segmentation	19
3.2	Les segments Jeunesse et la mobilité	23
3.3	Méthodologie quantitative	27
3.4	Profil psychographique des jeunes	29
3.5	Expériences de mobilité	34
3.6	Besoins et attentes	47
3.7	Habitudes média	74
3.8	Perceptions et opinions à l’égard de LOJIQ et l’OFQJ	81
3.9	Profil des répondants	90

4	Volet qualitatif	94
4.1	Méthodologie qualitative	95
4.2	Perceptions initiales et experiences de mobilité	98
4.3	Freins et obstacles à la mobilité	103
4.4	Attentes et besoins en termes de mobilité	108
4.5	Priorisation des ressources pour la mobilité	114
5	Notre équipe	118



Contexte et Méthodologie

Contexte et approche

Contexte

Dans un contexte de révision et d'ajustement des programmes de mobilité pour la planification stratégique 2025-2030, LOJIQ souhaite **mieux comprendre les perceptions, attentes et obstacles des jeunes** face à ces opportunités. Cette étude vise à **éclairer les décisions stratégiques** en tenant compte des besoins évolutifs des 16-35 ans en matière de mobilité.

Cette étude vise à fournir des **informations clés sur les attitudes et comportements des jeunes** face aux programmes de mobilité, afin d'orienter LOJIQ dans l'**optimisation de son offre de services et ses communications**.

Objectifs

- Comprendre les perceptions de la mobilité auprès des jeunes.
- Identifier les motivations et les attentes en matière de mobilité.
- Cerner les principaux freins et obstacles qui limitent l'accès à ces programmes.
- Explorer les leviers d'action pour rendre la mobilité plus accessible et mieux adaptée aux réalités des jeunes.

Ces résultats permettront de formuler des **recommandations stratégiques**, visant à optimiser l'offre de services de LOJIQ pour qu'elle réponde au mieux aux réalités diverses et variées des 16-35 ans.

Approche préconisée par Léger

L'étude repose sur une **approche mixte combinant une phase quantitative et une phase qualitative**, permettant d'obtenir une vision complète du sujet.

Phase 1 – Sondage quantitatif

- Réalisé en ligne auprès des jeunes québécois.es de **16 à 35 ans**.
- Objectif : **dresser un portrait global** des profils, besoins, motivations et freins à la mobilité.
- Identification des tendances et segmentation des répondants selon les variables Jeunesse.

Phase 2 – Groupes de discussion qualitatifs

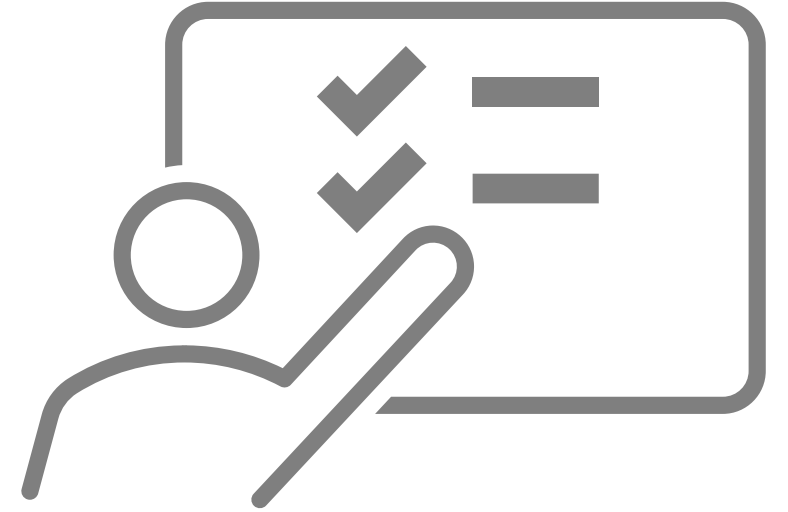
- Trois **groupes de discussion en ligne**, réunissant des jeunes ayant un intérêt pour la mobilité.
- Objectif : **approfondir les perceptions, explorer les freins et comprendre les leviers d'action**.
- Permet d'illustrer et de contextualiser les résultats quantitatifs avec des témoignages détaillés.

Cette double approche permet d'obtenir **une compréhension à la fois large et nuancée**, en croisant données statistiques et récits d'expérience.

Les objectifs selon les volets



Faits Saillants - Priorités Stratégiques et Publics Cibles



Notes de lecture



Résultats du sondage quantitatif



Résultats de l'étude qualitative



Segments Jeunesse

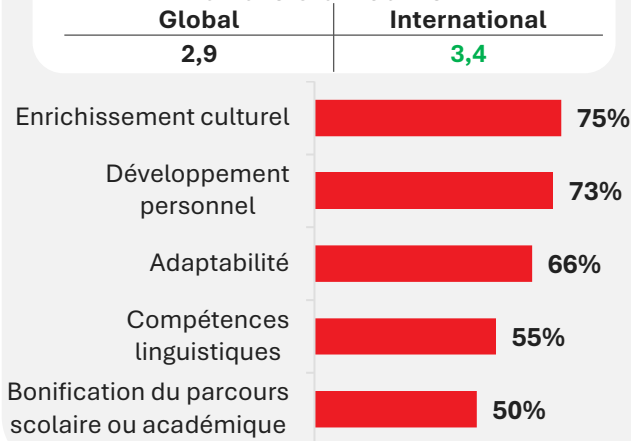


L'international arrive en première position en termes d'intérêt auprès des jeunes qui considèrent réaliser une mobilité.



L'international, un accélérateur de compétences

Nombre moyen de compétences développées à travers la mobilité



Un plus grand défi avec de plus grands mérites

Les discussions ont révélé que la **mobilité internationale est perçue comme la plus enrichissante sur les plans professionnel et personnel**, en raison de l'éloignement géographique et culturel. Toutefois, **l'accompagnement et le financement sont jugés plus critiques qu'en mobilité nationale**, en raison de démarches plus complexes (visa, hébergement, assurances, langue, culture, etc.).



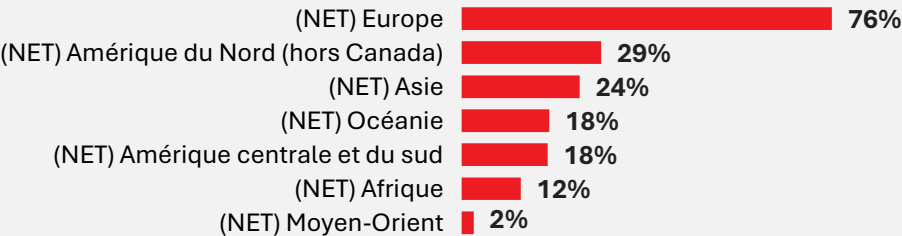
Un impact avéré de la mobilité internationale sur le développement professionnel et personnel

94% Proportion de répondants ayant réalisé une mobilité à l'international qui rapportent un impact positif sur leur **développement personnel**.

62% Proportion de répondants ayant réalisé une mobilité à l'international qui rapportent un impact positif sur leur **développement professionnel**.



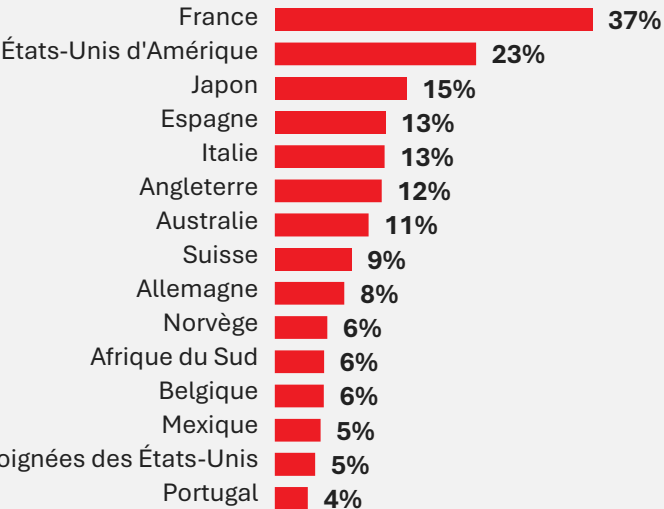
À l'international, **l'Europe arrive en première tête des préférences** en termes de destination pour la réalisation d'un programme de mobilité.



Note: Les données (NET) présentées correspondent au regroupement de pays faisant partie du continent en question.



En ligne avec la mission de LOJIQ, la **France arrive en tête en termes d'intérêt.**



L'intérêt pour les différents pays expliqué par les groupes de discussion

Durant les groupes de discussion, **l'Europe** est souvent mentionnée, notamment la **France**, en raison de la langue et des liens culturels avec le Québec. **Les États-Unis sont également envisagés**, particulièrement pour des raisons professionnelles et linguistiques. **L'Asie et l'Australie** sont quant à elles perçues comme des destinations offrant un fort dépaysement et des opportunités uniques, bien que le coût et la distance puissent être des freins.

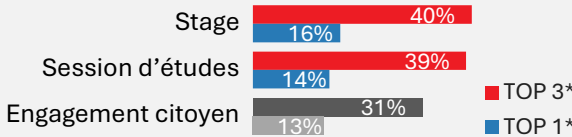


3 répondants sur 4 qui considèrent réaliser une mobilité mentionnent **des raisons professionnelles** pour justifier leur intérêt

- 75%** Total Raisons professionnelles
- 39%** Pour développer mes compétences professionnelles et acquérir de nouvelles expertises
- 26%** Pour bonifier ou enrichir mon cursus scolaire / académique dans un système éducatif différent
- 16%** Pour développer mes compétences entrepreneuriales
- 17%** Pour réseauter
- 14%** Pour développer mon employabilité



Les **stages et sessions d'études** arrivent en tête en termes de priorités de soutien



Un atout académique et professionnel

Plusieurs participants considèrent que **la mobilité a davantage de valeur quand elle est liée à un stage, un programme d'études ou une formation reconnue. Acquérir des compétences spécifiques et étoffer son CV** sont cités comme des motivations majeures. Certains voient même la mobilité comme un **investissement professionnel à long terme**, justifiant un effort financier et organisationnel plus important.

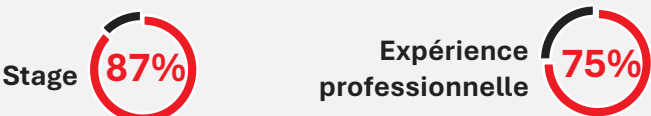


Les **stages et sessions d'études** sont également premiers en termes d'intérêt auprès de ceux qui considèrent la réalisation d'une mobilité

- 78%** Stages académiques ou professionnels
- 69%** Sessions d'études à l'étranger
- 62%** Projets ou événements artistiques ou culturels
- 61%** Projets entrepreneuriaux ou développement d'entreprise
- 57%** Projets d'engagement citoyen
- 57%** Colloque ou autre activité liée à la recherche
- 54%** Projets sportifs ou compétitions internationales



Un fort impact sur le développement professionnel



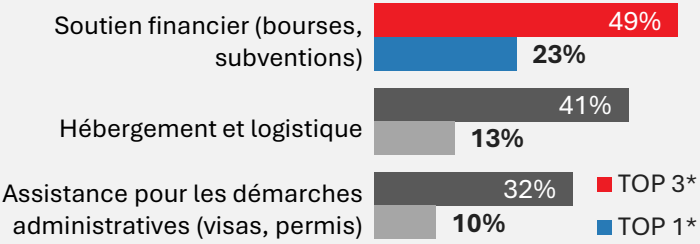
Proportion de répondants ayant réalisé une mobilité (stage ou expérience professionnelle) qui rapportent un impact positif sur leur développement professionnel.

* Note d'interprétation: Le "TOP 3" représente la proportion de répondants ayant sélectionné l'énoncé en question parmi leurs trois premières raisons. La même logique s'applique au TOP 1 (première raison).

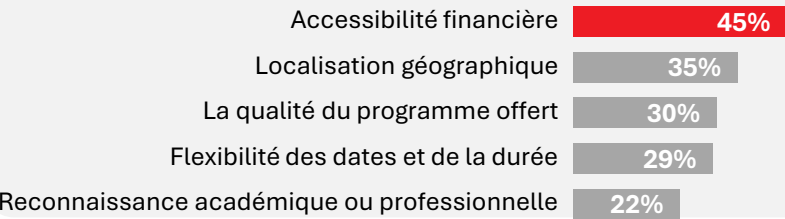


Le soutien financier arrive en tête des besoins de support de la part d’organismes de mobilité.

Et ce, encore **davantage auprès de ceux qui souhaitent partir à l’international** (58% d’entre eux le classent parmi leurs trois premiers besoins de support.



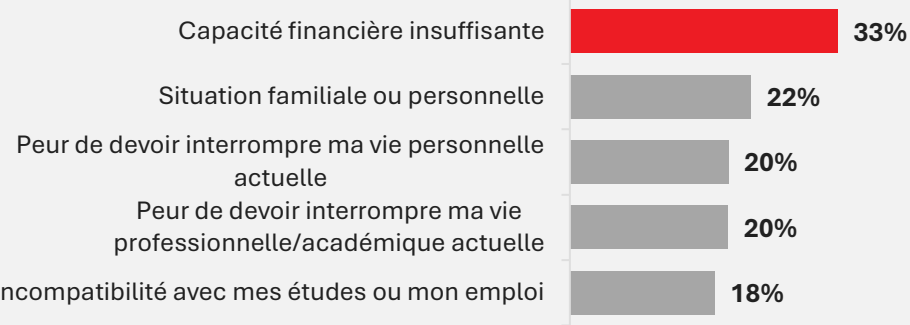
L’accessibilité financière est également en tête des critères de sélection de mobilité.



Après de **ceux qui souhaitent réaliser une mobilité à l’international, c’est plus de la moitié** (53%) qui la considèrent comme critère essentiel, devant tous les autres critères.



La capacité financière est le premier obstacle à la mobilité.



Et ce, **particulièrement auprès de ceux qui considèrent la réalisation d’une mobilité par l’international** (37%), ceux qui sont **intéressés** (37%), ceux qui sont **intéressés** par l’international (43%) et le **Canada** (37%), et les **étudiants** (43%).

* Note d’interprétation: Le “TOP 3” représente la proportion de répondants ayant sélectionné l’énoncé en question parmi leurs trois premières raisons. La même logique s’applique au TOP 1 (première raison).

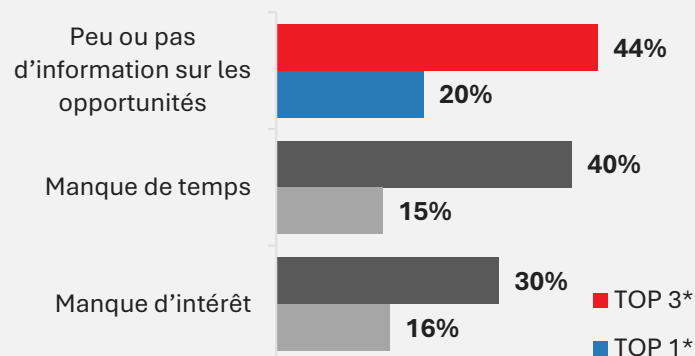


Les besoins en financement pour la mobilité sont **élevés et dépassent potentiellement la capacité actuelle de LOJIQ** à soutenir tous les jeunes intéressés. De nombreux participants expriment des **préoccupations financières majeures**, considérant que **les coûts liés aux séjours, aux déplacements et au logement représentent un frein décisif**. Plusieurs mentionnent qu'ils **ne savent pas où chercher des bourses**, que les soutiens financiers sont **peu visibles ou difficiles d'accès**, ou qu'ils ont **dû renoncer à une mobilité faute de moyens**.

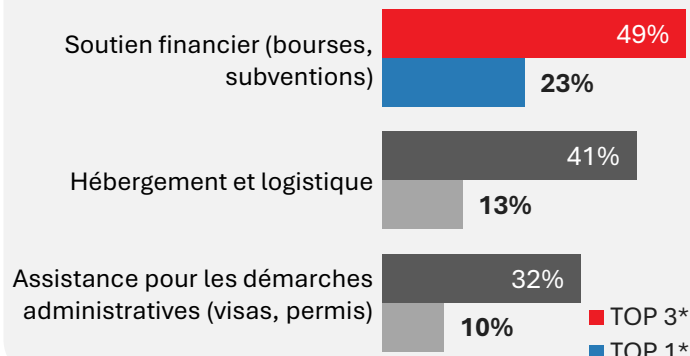
En parallèle, la **faible notoriété des programmes de mobilité** empêche de nombreux jeunes de les envisager comme une option concrète. **Les groupes de discussion ont mis en évidence que plusieurs participants ne savent pas par où commencer leurs recherches**, notamment parce qu'ils **sont peu familiers avec le concept même de programmes de mobilité**. Plusieurs déplorent que **leurs universités et cégeps n'en font pas assez la promotion**, ce qui limite leur exposition à ces opportunités. Ceux qui ont **une vie professionnelle établie ne se sentent pas concernés par la mobilité**, car elle est rarement mise en avant dans leur milieu de travail. Cette méconnaissance fait en sorte que **la mobilité ne figure pas parmi les options spontanément envisagées par les jeunes**, même si elle pourrait être bénéfique pour eux.



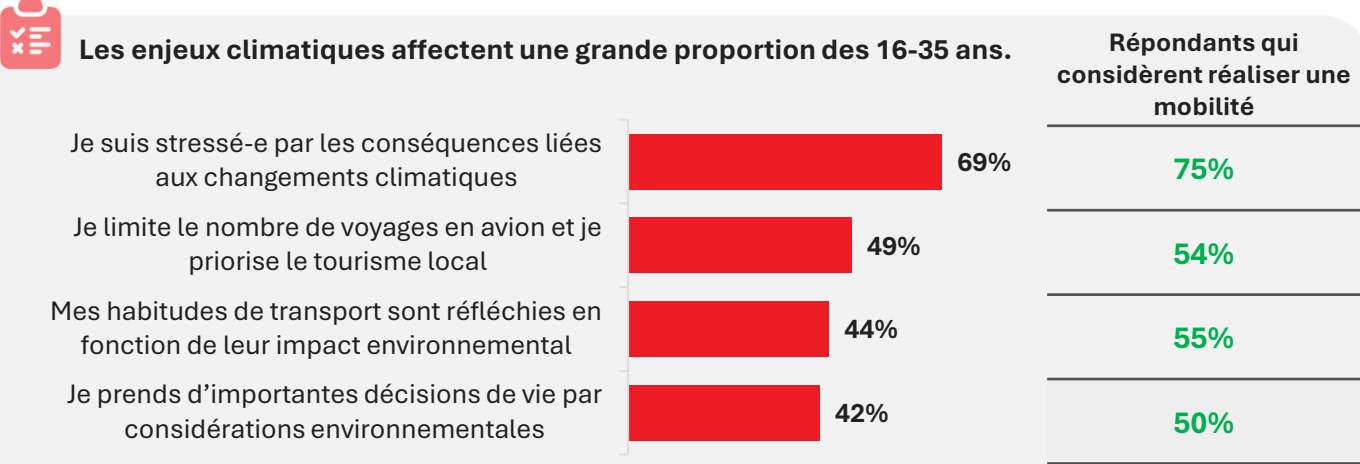
Le manque d'information est la première raison de non-participation aux expériences de mobilité



Et le soutien financier est en tête des besoins des jeunes.



* Note d'interprétation: Le "TOP 3" représente la proportion de répondants ayant sélectionné l'énoncé en question parmi leurs trois premières raisons. La même logique s'applique au TOP 1 (première raison).



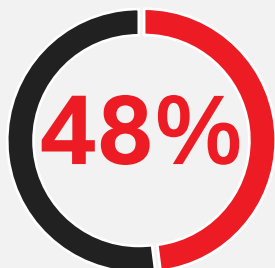
Plus des deux tiers des jeunes se sentent stressés par les conséquences des changements climatiques, et près de la moitié déclare limiter le nombre de voyages en avion et prioriser le tourisme local. Les habitudes de transport en général sont également affectées, puisque près de 44% déclarent que ces dernières sont réfléchies en fonction de leur impact environnemental. Les proportions d'accord sont d'autant plus élevées auprès de ceux qui considèrent réaliser une expérience de mobilité.

 **Une préoccupation émergente pour l'impact environnemental**

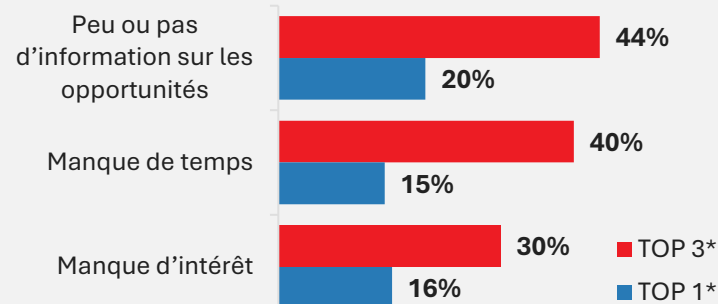
Une préoccupation liée à l'impact écologique des mobilités a été soulevée par certains participants. L'empreinte carbone des voyages, notamment ceux impliquant des déplacements en avion, est un facteur qui pourrait influencer la décision de certains jeunes à participer à une mobilité. Si cette sensibilité environnementale reste marginale dans les discussions, elle pourrait prendre de l'ampleur à l'avenir, notamment avec l'évolution des préoccupations climatiques des jeunes générations. Une communication sur les efforts écologiques des programmes de mobilité pourrait ainsi renforcer leur attractivité auprès d'un public soucieux des enjeux environnementaux.



Près de la moitié des répondants ne connaissent pas LOJIQ.



Le manque d'information est la première raison de non-participation aux expériences de mobilité



Une méconnaissance des opportunités et de LOJIQ qui limite l'accès à la mobilité

L'un des constats majeurs issus des discussions est que **de nombreux jeunes ne considèrent même pas la mobilité comme une option applicable à leur situation**, simplement parce qu'ils **ne savent pas ce qu'ils ne savent pas**. Pour plusieurs, la mobilité semble **réservée à un certain profil**, souvent perçue comme une expérience académique ou comme un parcours nécessitant des ressources et un accompagnement spécifique dont ils ne disposent pas.

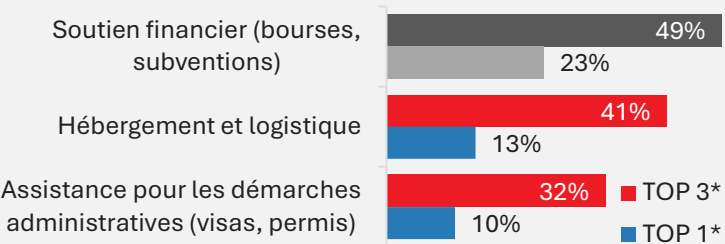
Cette méconnaissance ne concerne pas uniquement **les programmes et les soutiens financiers disponibles**, mais aussi **les organismes comme LOJIQ**, qui jouent pourtant un rôle clé dans l'accompagnement des jeunes. **Peu de participants connaissaient LOJIQ avant la discussion**, et ceux qui en avaient déjà entendu parler avaient souvent **une compréhension limitée de son rôle et de ses services**.

Le manque de visibilité de ces opportunités fait en sorte que plusieurs jeunes **ne se posent même pas la question de partir en mobilité**, alors que certains programmes pourraient être parfaitement adaptés à leur réalité. **Sans une meilleure diffusion de l'information et une communication plus ciblée, ces programmes risquent de ne toucher qu'un public déjà sensibilisé et informé, laissant de côté un grand nombre de jeunes qui pourraient pourtant en bénéficier.**

* Note d'interprétation: Le "TOP 3" représente la proportion de répondants ayant sélectionné l'énoncé en question parmi leurs trois premières raisons. La même logique s'applique au TOP 1 (première raison).



Après le soutien financier, ce sont le soutien en matière d’hébergement et logistique ainsi que l’assistance pour les démarches administratives qui complètent le podium des attentes de soutien de la part d’organismes de mobilité.



Le besoin de soutien en termes d’hébergement et logistique, ainsi que pour les démarches administratives est encore **plus important** pour ceux souhaitant aller à **l’international** (50% et 41% respectivement), et **au Canada** (48% et 36% respectivement).



Renforcer l’accompagnement administratif pour faciliter les démarches

Les démarches administratives liées à une mobilité – qu’il s’agisse de l’obtention d’un visa, de la recherche d’un logement, des assurances ou encore de la gestion des finances – représentent **un obstacle majeur pour de nombreux jeunes**, en particulier ceux qui entreprennent leur première expérience de mobilité. Beaucoup trouvent le processus **complexe, opaque et décourageant**, ce qui peut freiner leur engagement, même lorsqu’ils sont motivés à partir.

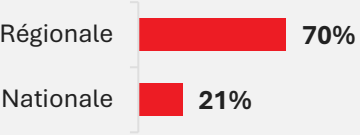
Pour lever cette barrière, il est essentiel de **renforcer l’accompagnement administratif**, en proposant des ressources claires et centralisées, ainsi qu’un soutien personnalisé. Cela pourrait inclure **des guides pratiques étape par étape, des webinaires d’information, un service d’accompagnement individuel ou encore des partenariats avec des établissements et des employeurs pour simplifier certaines procédures**. L’accès à un **interlocuteur dédié**, pouvant répondre aux questions spécifiques des participants, serait également un levier clé pour rassurer les jeunes et les encourager à aller au bout de leur projet.

En simplifiant ces démarches et en offrant un accompagnement structuré, les programmes de mobilité deviendraient **plus accessibles et moins intimidants**, ouvrant ainsi la porte à une participation plus large et plus diversifiée.

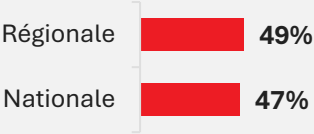
* Note d’interprétation: Le “TOP 3” représente la proportion de répondants ayant sélectionné l’énoncé en question parmi leurs trois premières raisons. La même logique s’applique au TOP 1 (première raison).



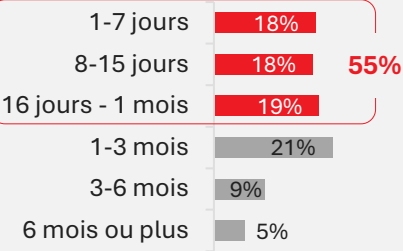
La mobilité régionale constitue la majorité des expériences de mobilité



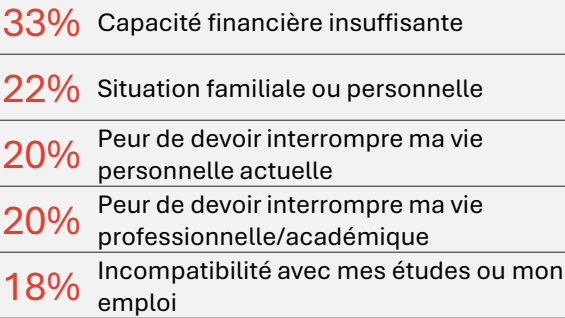
Près de la moitié de ceux qui considèrent réaliser une mobilité sont intéressés par le Québec ou le Canada.



L'intérêt pour des programmes courts s'accorde avec une échelle géographique plus restreinte



Une mobilité au Québec/au Canada permettrait d'atténuer les principaux freins



Le confort d'une mobilité de proximité

Lors des groupes de discussion, plusieurs participants ont exprimé qu'un séjour dans d'autres régions du Québec ou du Canada leur semblait **plus abordable et moins complexe sur le plan administratif**. Certains ont également souligné le **confort de rester relativement près de leur famille, tout en s'ouvrant à de nouvelles expériences professionnelles et culturelles**. Cependant, la mobilité « de proximité » est généralement perçue comme ayant un **impact plus limité sur le développement personnel et professionnel, comparée à la mobilité internationale**.

1 Public cible: Les jeunes engagés et proactifs en mobilité

Publics cibles: Qui sont-ils et comment les atteindre?

Qui sont-ils ?

Segments concernés



Les **Zoptimistes** (25%)



Les **DéZillusionnées** (15%)

Profil et valeurs

- Motivés par l'impact **tant professionnel que personnel** de la mobilité (environ 6 personnes sur 10 considèrent qu'une mobilité aurait un impact important sur leur développement personnel et professionnel).
- Sensibles aux **enjeux environnementaux et sociaux** (57% des Zoptimistes et 65% des DéZillusionnées limitent le nombre de voyages en avion).
- Attirés par des expériences **leur permettant de se développer professionnellement** (près de 7 personnes sur 10 mentionnent des raisons professionnelles pour justifier leur intérêt pour la mobilité).

Leur rapport à la mobilité

- **46% des DéZillusionnées, 35% des Zoptimistes** ont déjà réalisé une mobilité
- **Forte probabilité de réaliser une mobilité avant 35 ans (53% des Zoptimistes, 54% des DéZillusionnées)**
- Privilégient **les stages académiques** (70% auprès des Zoptimistes, 75% des DéZillusionnées), **les sessions d'études** (60% et 64 %), et les projets de recherche (52% et 65% respectivement)

2 Public cible: Les jeunes intéressés mais freinés par des contraintes

Publics cibles: Qui sont-ils et comment les atteindre?

Qui sont-ils ?

Segments concernés



Les **Milléniaux Conventionnels** (23%)



Les **Milléniales Tourmentées** (35%)

Profil et valeurs

- **Plus grande proportion de 28-35 ans** (49% auprès des deux segments), de **mariés/conjoints de fait** (45% et 44%), et de **parents** (37% parmi les Milléniaux conventionnels et 33% parmi les Milléniales Tourmentées).
- Une grande majorité d'entre eux sont **motivés par l'idée d'essayer de nouvelles choses** (78% parmi les Milléniaux conventionnels et 84% parmi les Milléniales Tourmentées) et **font un effort conscient pour travailler sur leur développement personnel** (74% et 82% respectivement).

Leur rapport à la mobilité

- **Probabilité plus faible de réaliser une mobilité avant 35 ans** (38 % pour ces deux segments)
- Leur intérêt pour la mobilité plus faible que le premier public cible est principalement dû au **décalage perçu entre la mobilité et leur réalité de vie**.
- Ils sont **freinés par des contraintes financières, professionnelles ou personnelles** (38 % des Milléniales Tourmentées mentionnent la capacité financière insuffisante comme frein, et 34% mentionnent la flexibilité des dates et de la durée comme critère essentiel).
- Attendent des **formats courts et flexibles** pour éviter les impacts négatifs sur leur vie personnelle et professionnelle (44% des Milléniaux conventionnels et 40% des Milléniales Tourmentées préfèrent des mobilités de 1 à 15 jours)
- **Craignent de devoir interrompre leur emploi ou leur vie personnelle** (33% des Milléniales Tourmentées mentionnent leur situation familiale ou personnelle, et 24% mentionnent la peur de devoir interrompre leur vie personnelle)



Volet Quantitatif

3.1



Méthodologie - Segmentation

Contexte et objectifs

Depuis 2018, l'étude des jeunes générations de Léger dresse un portrait des enjeux rencontrés par les Zilléniaux en matière d'avenir, de santé mentale, de finances et d'emploi.

Ces deux générations sont bien connues pour avoir grandi à l'ère des réseaux sociaux. Continuellement connectés au monde qui les entoure, les Zilléniaux sont témoins de crises et d'événements qui dépassent les frontières et deviennent bien intégrés à leur quotidien.

Depuis 2020, ces deux générations ont connu :

- Une **pandémie** mondiale ;
- Un milieu de l'emploi chamboulé par l'arrivée du **télétravail** & une **pénurie de main-d'œuvre** ;
- Un **contexte inflationniste**, accompagné d'une crise du logement ;
- Une montée des **idées de la droite** au Canada et ailleurs dans le monde.

Dans ce contexte, sachant que les Zilléniaux se rassemblent pour des raisons allant bien au-delà de leur profil sociodémographique, Léger a procédé à une étude de segmentation de ces générations pour dégager cinq segments qui permettent de les définir.

À travers cette démarche de recherche, nous avons également développé un algorithme (*typing tool*) pour suivre ces segments dans divers mandats de recherche, et analyser les enjeux en question sous le prisme des segments de Zilléniaux.

Ainsi, les résultats du sondage sur la mobilité des jeunes sont également croisés par les segments Jeunesse, permettant de déceler comment les aspirations générales des jeunes et leurs attitudes à l'égard de divers enjeux d'actualité les affectant impactent leur relation avec la mobilité.

Méthodologie

Comment regrouper les consommateurs, citoyens ou employés qui ont des besoins ou des comportements similaires par rapport à un produit ou un service?

La segmentation de marché répond à cette question, en formant des groupes d'individus les plus semblables possible entre eux selon certaines caractéristiques et les plus dissemblables aux autres selon ces mêmes caractéristiques.

L'un des objectifs majeurs de l'étude des Zilléniaux étant de comprendre la relation des jeunes générations par rapport aux grands enjeux de leur époque, l'analyse de segmentation s'est appuyée sur leurs préoccupations en matière d'actualité, leurs comportements de recherche d'information, leur utilisation des réseaux sociaux, et leur identité.

L'analyse de segmentation a été réalisée à l'aide d'une «méthode de classes latentes». La méthode est basée sur un modèle probabiliste ; chaque individu est donc regroupé en fonction de la similitude de ses perceptions.

Pour cette segmentation, les variables suivantes ont été retenues :

- La vision du couple, l'importance accordée au fait de fonder une famille et à la carrière ;
- Les préoccupations en matière d'environnement ;
- L'utilisation des réseaux sociaux et des applications numériques ;
- Leurs opinions en matière d'équité de genre et rôle sociaux ;
- La confiance accordée aux contenus véhiculés par les marques sur les plateformes numériques.

La page suivante présente une description textuelle générale des segments. Pour un portrait détaillé des cinq segments de Zilléniaux, veuillez vous référer au rapport annexe disponible sur demande.

Dans le cadre de ce rapport, seuls les résultats en lien direct avec la mobilité des jeunes sont présentés. Une présentation du profil psychographique des jeunes à l'étude est incluse dans la section « Profil des répondants ».

Segmentation Jeunesse – Les 5 personas clés



25%

Les Zoptimistes

« Les Zoptimistes accueillent les changements de leur époque avec ouverture. Ils se préoccupent de l'environnement, de la montée de la droite et des stéréotypes de genre, mais croient que leur génération est porteuse de changements positifs. »

Les Zoptimistes n'éprouvent aucune culpabilité à délaisser le modèle traditionnel (mariage, enfants, etc.). Ils tracent leur propre voie en se concentrant sur leur réussite professionnelle. »



15%

Les DéZillusionnées

« Les DéZillusionnées se sentent abandonnées aux difficultés rencontrées par leur génération. Elles assistent aux crises climatiques et aux conflits mondiaux en tant que spectatrices, plutôt que parties prenantes de la solution. »

Elles ressentent une certaine pression pour fonder une famille : comment parvenir à un équilibre travail vie-personnelle-individuelle ? Pour toutes ces raisons, les DéZillusionnées vivent davantage de détresse psychologique. »



23%

Les Milléniaux conventionnels

« Les questions d'actualité, les nouvelles sur l'éducation, l'intelligence artificielle et surtout l'économie intéressent les Milléniaux conventionnels. »

Ce segment ne se sent pas concerné par les enjeux de genre et les changements climatiques, qu'il perçoit comme hors de son contrôle. Ayant des valeurs plus traditionnelles, fonder une famille avec la personne de leur vie est une étape qu'ils accueillent avec joie. »



35%

Les Milléniales tourmentées

« Les Milléniales tourmentées sont en quête d'équilibre entre vie personnelle et professionnelle. Leurs réflexions entourant leurs aspirations et leurs valeurs sont souvent source d'anxiété : prennent-elles les bonnes décisions ? »

Plus informées que les autres Milléniaux, elles ont de nombreuses préoccupations dont les discriminations, les droits reproductifs et l'économie. Les changements climatiques en font partie, mais leurs comportements ne reflètent pas nécessairement cette inquiétude. »



3%

Les Désintéressés

« Les Désintéressés se sentent peu concernés par les questions d'actualité et les débats de société de leur époque. »

Ils se préoccupent des inégalités et discriminations de façon large, sans grand intérêt pour les débats autour de sujets spécifiques sur les droits reproductifs ou des enjeux de genre. »

Ils semblent parfois vivre dans une bulle : ce segment a les yeux rivés sur son quotidien, il se conforte dans sa situation personnelle. »

3.2

Les segments Jeunesse
et la **mobilité**



Les segments et leur relation aux programmes de mobilité



25%

Les Zoptimistes

Ils sont particulièrement attirés par les stages, les sessions d'études et la recherche, motivés par des raisons d'apprentissage linguistique et culturel. Leurs domaines d'intérêt sont **la culture, les arts et la communication**. Leur principal frein est la peur de la réinsertion professionnelle au retour.



15%

Les DéZillusionnées

Elles sont plus nombreuses à avoir déjà expérimenté la mobilité, ce qui leur donne une vision plus nuancée de ses bénéfices. Elles y voient comme une opportunité d'enrichir leur parcours académique. Elles s'intéressent à tous les types de programmes et privilégient les expériences de durée moyenne, entre **16 jours et 1 mois**. Leurs domaines d'intérêt se concentrent sur **le droit et la société**, avec une sensibilité particulière pour les questions environnementales et écologiques. Elles portent une **attention particulière à l'impact écologique de leur mobilité**.



23%

Les Milléniaux conventionnels

Ils sont **moins nombreux à avoir expérimenté la mobilité** et montrent un intérêt limité pour ce type d'expérience. Lorsqu'ils envisagent un projet, c'est avant tout pour **des raisons professionnelles**. Leurs domaines de prédilection sont **les sciences et la technologie**, mais ils privilégient plutôt des **activités sportives et des projets entrepreneuriaux pour la réalisation d'une mobilité**. Ils se démarquent par **leur manque d'intérêt général pour la mobilité**.
Lorsqu'ils considèrent une expérience de ce type, ils optent pour des formats plus **courts (1 à 7 jours)**.



35%

Les Milléniales tourmentées

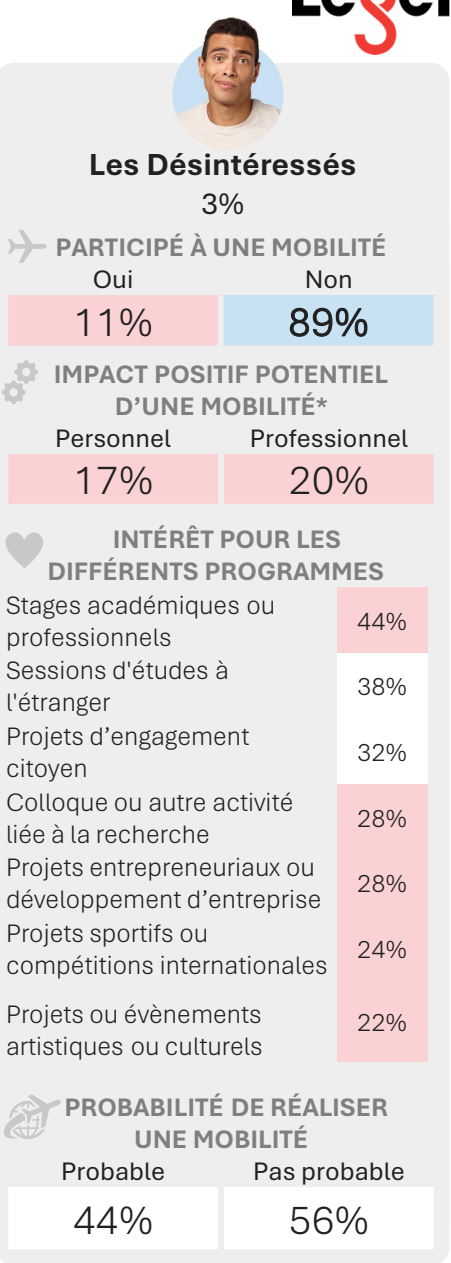
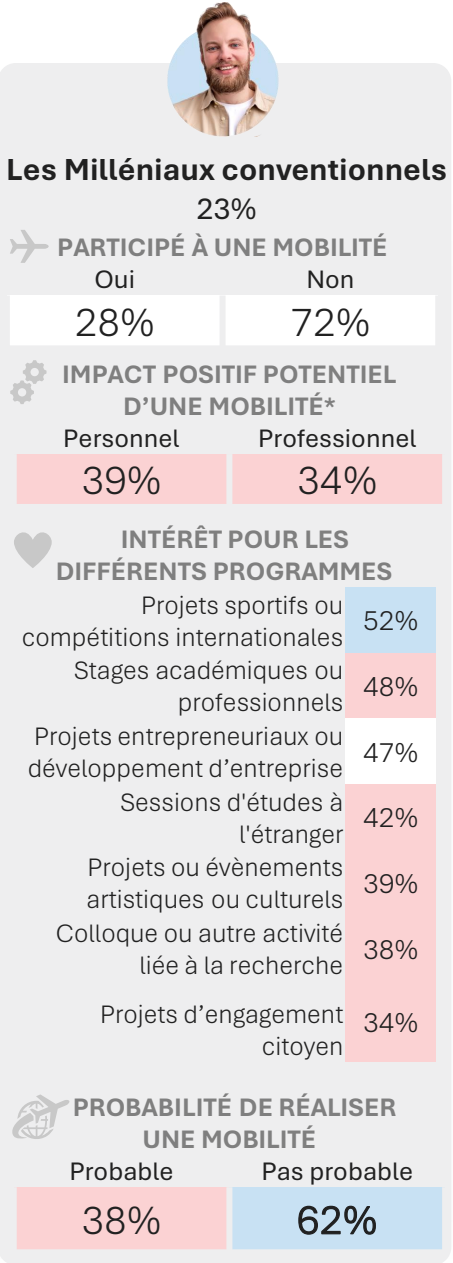
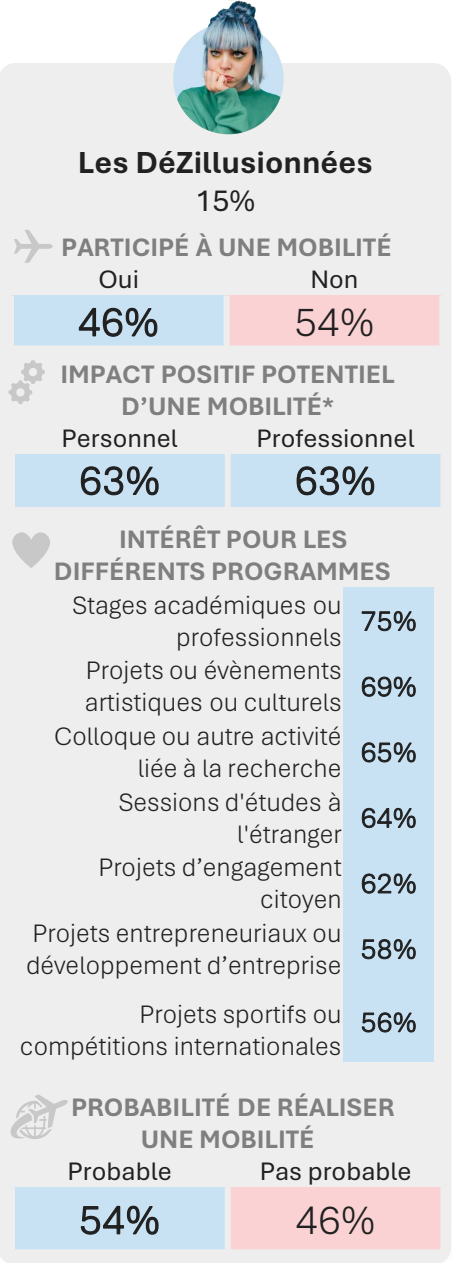
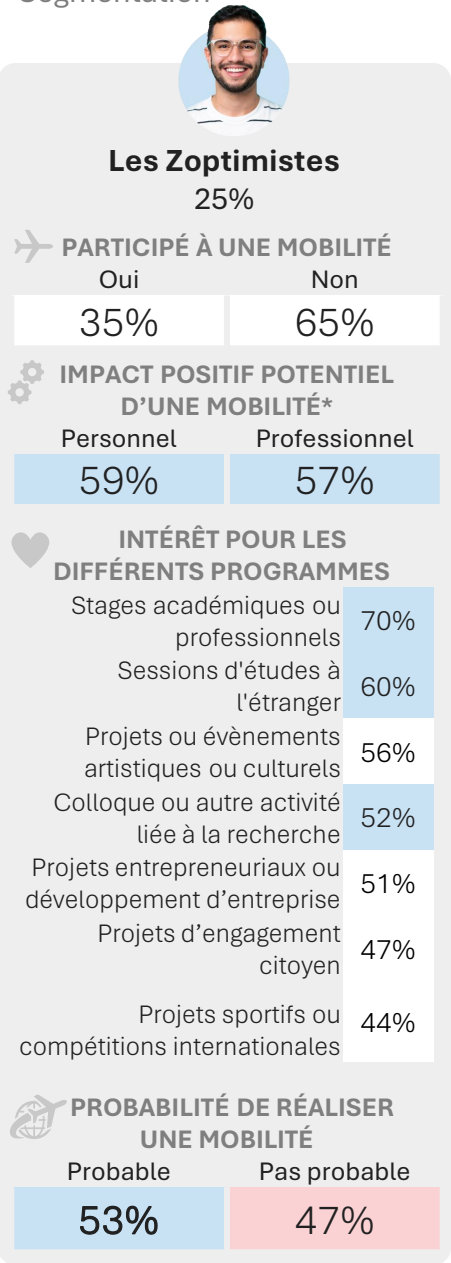
Elles sont **moins nombreuses à avoir réalisé une mobilité**. Pour elles, la mobilité est perçue comme un **levier de développement personnel et professionnel**. Leurs domaines d'intérêt gravitent autour de **l'éducation, du développement social, des affaires et de l'économie**. Cependant, plusieurs obstacles freinent leur engagement : **des contraintes financières, familiales ou personnelles**, ainsi que la peur de devoir **interrompre leur vie actuelle**. Pour surmonter ces freins, elles recherchent des formats **flexibles et de courte durée (1 à 7 jours)**.



3%

Les Désintéressés

Ils sont **les moins nombreux à avoir expérimenté la mobilité** et ne manifestent que peu d'intérêt pour ces opportunités. Contrairement aux autres segments, ils n'y voient pas un **levier pertinent pour leur développement personnel ou professionnel**. Ils ne montrent pas d'affinité marquée pour des domaines spécifiques et ne considèrent pas la mobilité comme une priorité dans leur parcours.



* Auprès de ceux qui n'ont pas réalisé de programme de mobilité.

Les caractéristiques les plus discriminante du segment apparaissent **en gras**.
Code de couleur des différences significatives par rapport aux autres segments :

Inférieur	Similaire	Supérieur
-----------	-----------	-----------

Code de couleur des différences significatives par rapport aux autres segments :

Inférieur	Similaire	Supérieur
-----------	-----------	-----------

RAISONS D'INTÉRÊT

	 Les Zoptimistes	 Les DéZillusionnées	 Les Milléniaux conventionnels	 Les Milléniales tourmentées	 Les Désintéressés
(NET) Raisons personnelles	76%	77%	65%	74%	38%
Pour mon développement personnel (ex. confiance en soi, autonomie)	47%	50%	34%	50%	31%
Pour l'enrichissement culturel	30%	36%	25%	31%	20%
Pour développer mes compétences linguistiques (maîtrise d'une langue étrangère)	30%	19%	18%	25%	10%
Pour développer mon adaptabilité (capacité à s'adapter à de nouveaux environnements)	18%	16%	19%	20%	14%
(NET) Raisons professionnelles	71%	75%	61%	63%	34%
Pour développer mes compétences professionnelles et acquérir de nouvelles expertises	38%	35%	29%	39%	16%
Pour bonifier ou enrichir mon cursus scolaire / académique dans un système éducatif différent	22%	29%	16%	16%	2%
Pour développer mes compétences entrepreneuriales (ex. gestion d'entreprise, innovation)	14%	21%	17%	14%	7%
Pour réseauter (contacts professionnels)	13%	18%	18%	14%	4%
Pour développer mon employabilité	12%	14%	12%	12%	9%
Je ne sais pas	8%	4%	15%	12%	48%

Code de couleur des différences significatives par rapport aux autres segments :

Inférieur	Similaire	Supérieur
-----------	-----------	-----------



Les Zoptimistes

Les
DéZillusionnées

Les Milléniaux
conventionnels

Les Milléniales
tourmentées

Les
Désintéressés

(NET) Éducation et Développement Social

30%

42%

31%

40%

22%

Santé et services sociaux, qualité de vie et bien-être

17%

25%

18%

24%

15%

Éducation et enseignement

10%

14%

9%

18%

7%

Leadership citoyen

7%

8%

8%

5%

0%

(NET) Culture, Arts et Communication

39%

38%

23%

31%

19%

Arts et culture

23%

25%

10%

18%

6%

Communications, relations publiques et sciences de l'information

12%

8%

7%

11%

4%

Architecture, urbanisme et design

8%

11%

7%

7%

9%

(NET) Affaires et Économie

26%

24%

28%

35%

19%

Administration et gestion

16%

15%

11%

20%

12%

Production, commerce, vente et marketing

8%

7%

16%

14%

1%

Économie sociale et solidaire

7%

6%

5%

5%

5%

(NET) Droit et Société

31%

38%

17%

26%

10%

Sciences humaines et sociales

14%

18%

8%

16%

10%

Droit de la personne, diversité et vivre ensemble

14%

20%

3%

11%

3%

Droit et sécurité publique

8%

9%

6%

7%

0%

(NET) Sciences et Technologie

31%

23%

35%

19%

21%

Technologie et numérique

13%

14%

24%

9%

3%

Sciences de la nature et environnement

16%

8%

10%

8%

12%

Sciences pures et appliquées

8%

6%

8%

5%

7%

(NET) Industries et Services

22%

28%

25%

24%

24%

Tourisme, hôtellerie, restauration et loisirs

14%

21%

14%

15%

12%

Agriculture et agroalimentaire

7%

9%

6%

5%

8%

Métiers manuels et de services

2%

5%

8%

7%

7%

Je préfère ne pas répondre

6%

3%

8%

8%

36%

DOMAINES D'INTÉRÊT POUR LA MOBILITÉ

3.3



Méthodologie quantitative

Méthodologie

MÉTHODE	Un sondage Web a été réalisé auprès de 1 000 Québécois(e)s âgé(e)s entre 16 et 35 ans et plus, pouvant s’exprimer en français ou en anglais, et qui sont à l’aise à communiquer en français.
QUAND ?	Les données ont été collectées du 6 au 17 janvier 2025.
MARGE D’ERREUR	Il n’est pas possible de calculer une marge d’erreur sur un échantillon tiré d’un panel Web, mais à titre comparatif, la marge d’erreur maximale pour un échantillon de 1 000 répondants est de $\pm 3,1\%$, et ce 19 fois sur 20.
PONDÉRATION	Les résultats ont été pondérés en fonction du genre, de l’âge, de la région, et du niveau de scolarité , afin d’assurer un échantillon représentatif de la population.

Note de lecture

Lorsque pertinent, des bulles marquées d’un symbole  sont incluses afin d’aider à l’interprétation des résultats et/ou apporter des précisions supplémentaires. Les colonnes « Probabilité » parfois présentes dans les tableaux de différences significatives font référence à la probabilité de réaliser une mobilité avant l’âge de 35 ans.

Notes

Différences significatives

Les nombres dans les tableaux en caractères **rouges** indiquent une différence significative statistiquement **inférieure** par rapport au complément, alors que les nombres en caractères **verts** indiquent une différence significative statistiquement **supérieure** par rapport au complément.

Les résultats présentant des différences significatives et pertinentes sont indiqués dans une zone de texte à côté de la présentation des résultats globaux.

NSP / Refus

La mention « NSP / Refus » qui apparaît dans le rapport se réfère à la mention « Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre ». Pour chacune des questions, le complément à 100% correspond à celle-ci.

Arrondissement des données

Les données présentées ont été arrondies. Par conséquent, il est possible que les totaux diffèrent légèrement de 100% ou de la somme des parties.

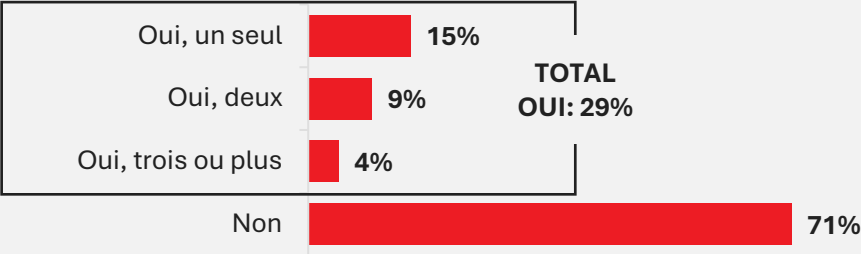
3.4

Profil psychographique
des jeunes



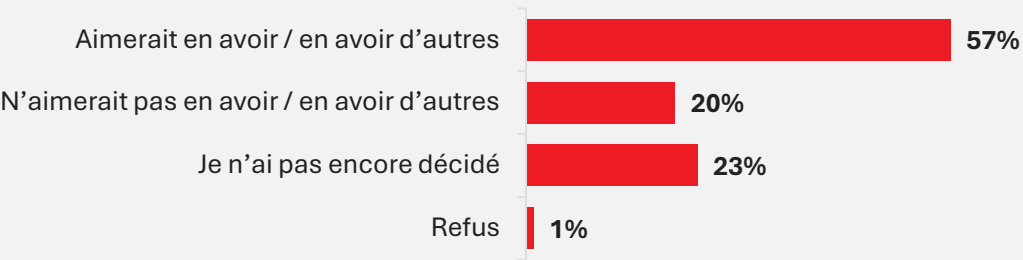
Questions de segmentation (1/4)

Enfants dans le ménage



QA. Avez-vous des enfants?

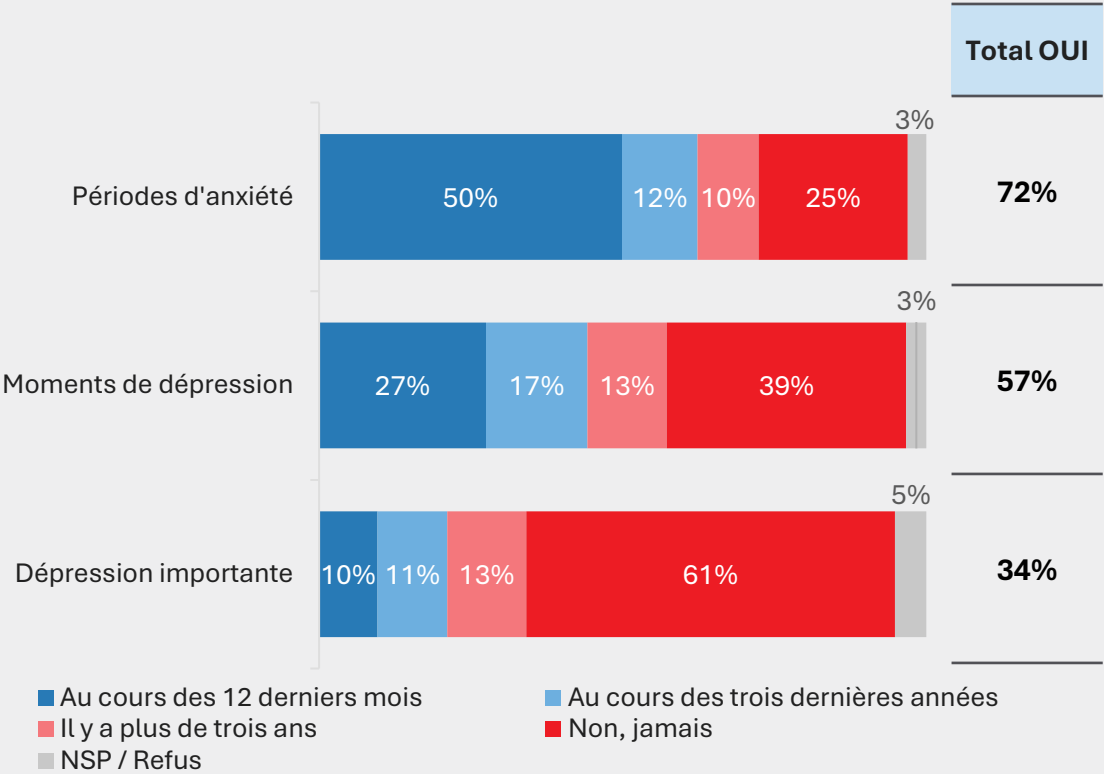
Base: Tous les répondants (n=1 000)



QB. Aimeriez-vous en avoir / Aimeriez-vous en avoir d'autres?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

Expériences de dépression ou d'anxiété

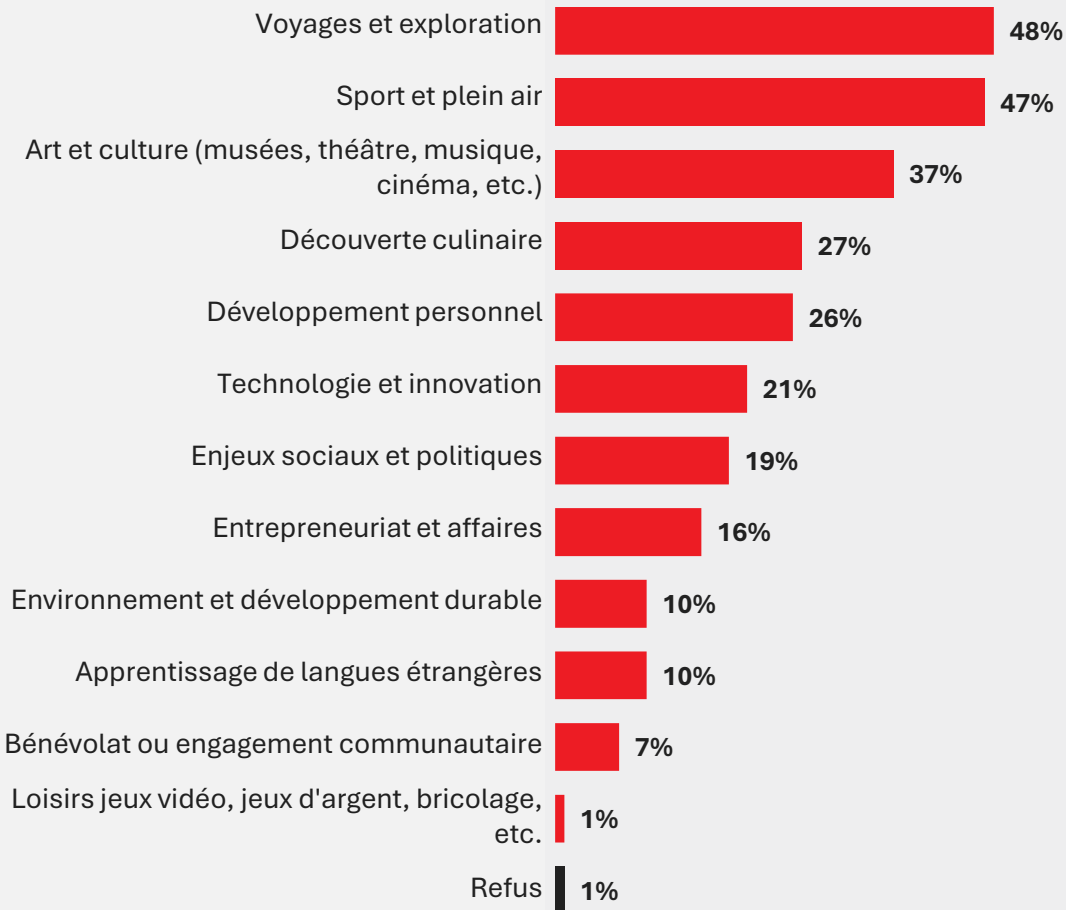


QH. Avez-vous déjà vécu une dépression importante, des moments de dépression ou des périodes d'anxiété ? SI OUI, à quel moment ?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

Questions de segmentation (2/4)

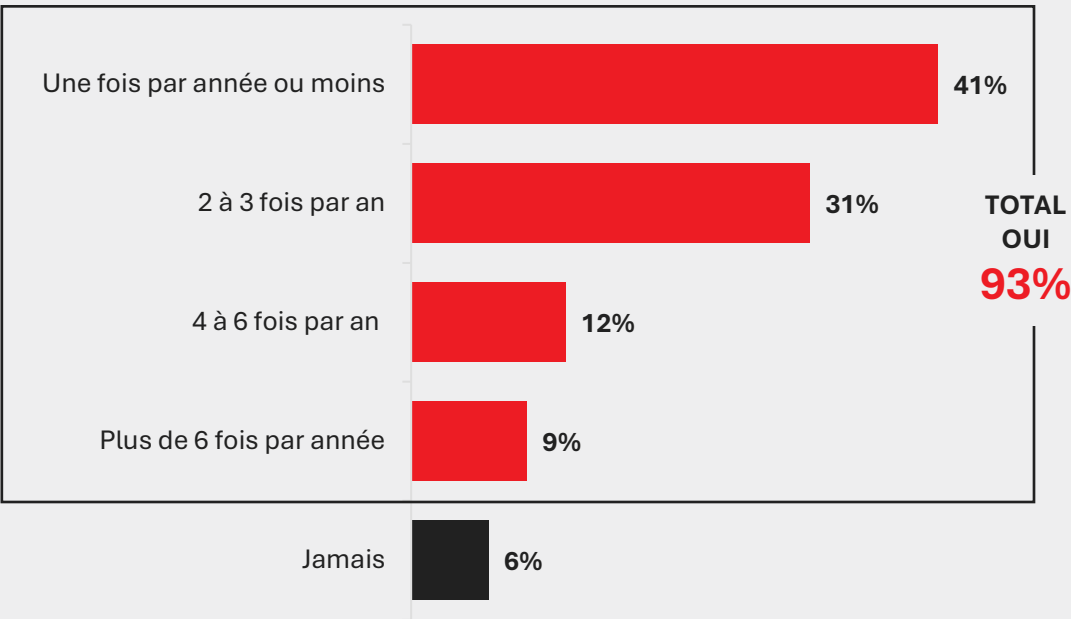
Principaux centres d'intérêt



QC. Quels sont vos principaux centres d'intérêt?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

Fréquence de voyage à l'extérieur de la région



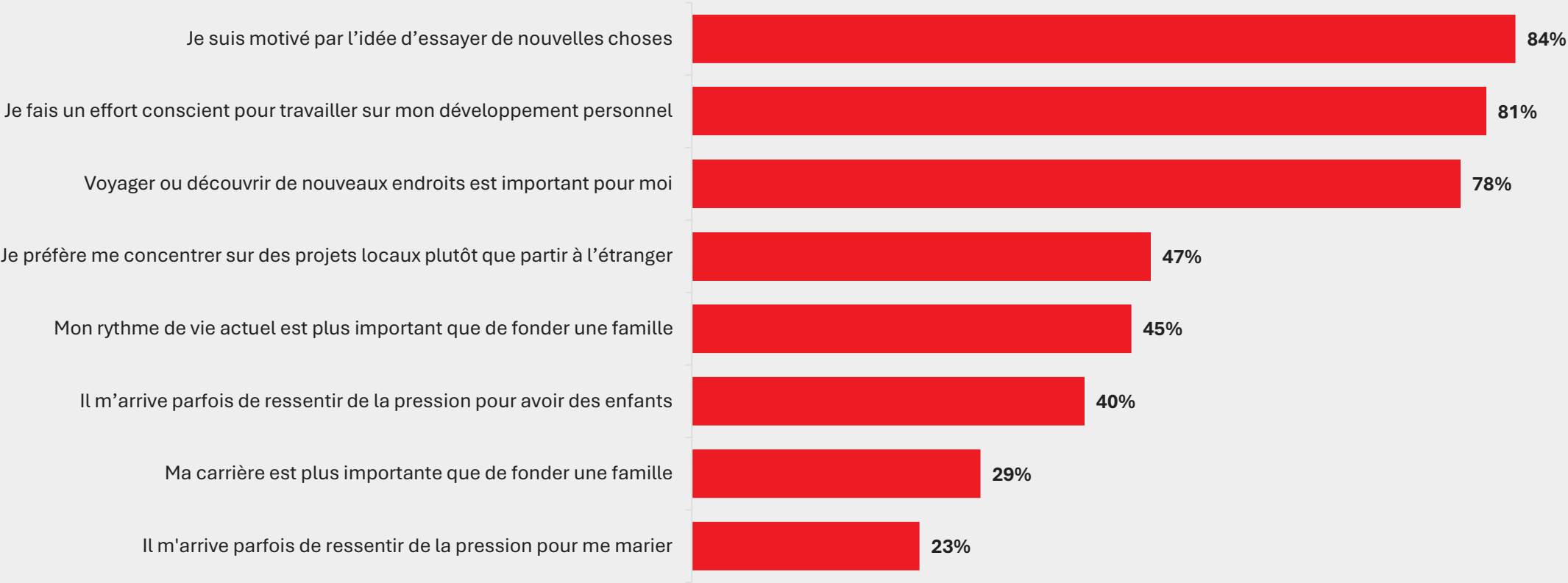
QE. À quelle fréquence voyagez-vous à l'extérieur de votre région ?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

Note : Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

Questions de segmentation (3/4)

Aspirations



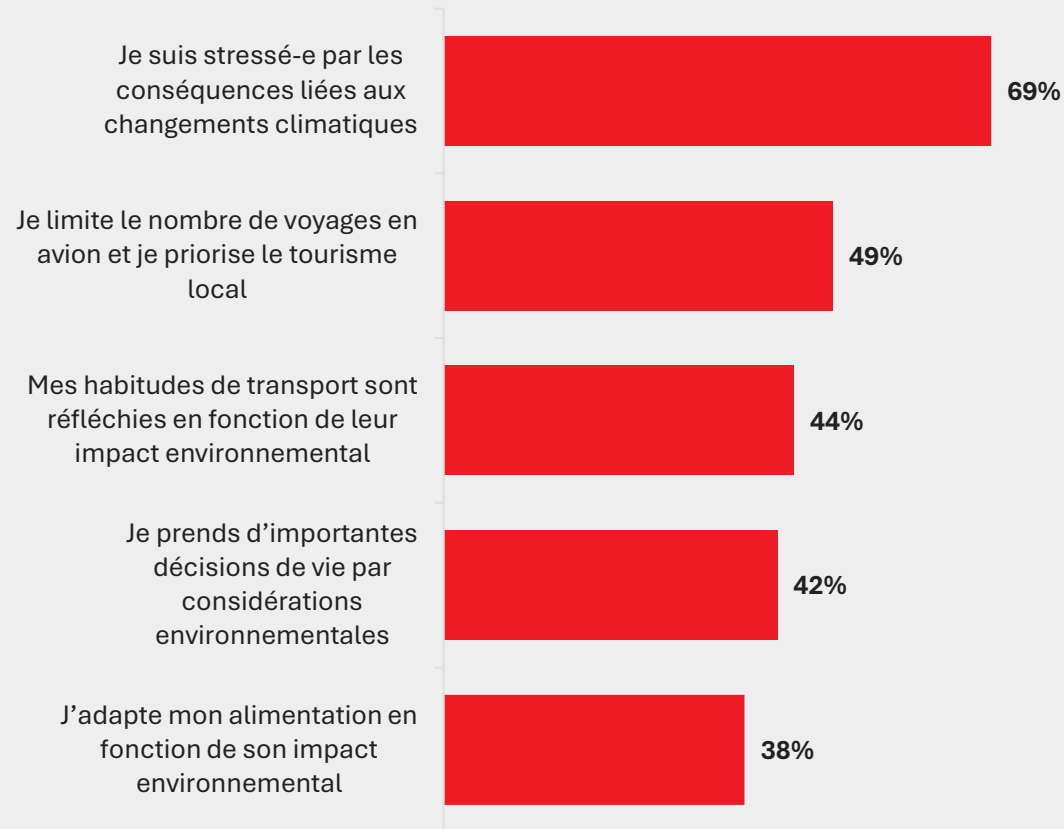
QD. Êtes-vous en accord avec les énoncés suivants ?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

Note : Pour chacune des catégories de profil, le complément à 100% correspond aux mentions « Ne sait pas » et « Refus ».

Questions de segmentation (4/4)

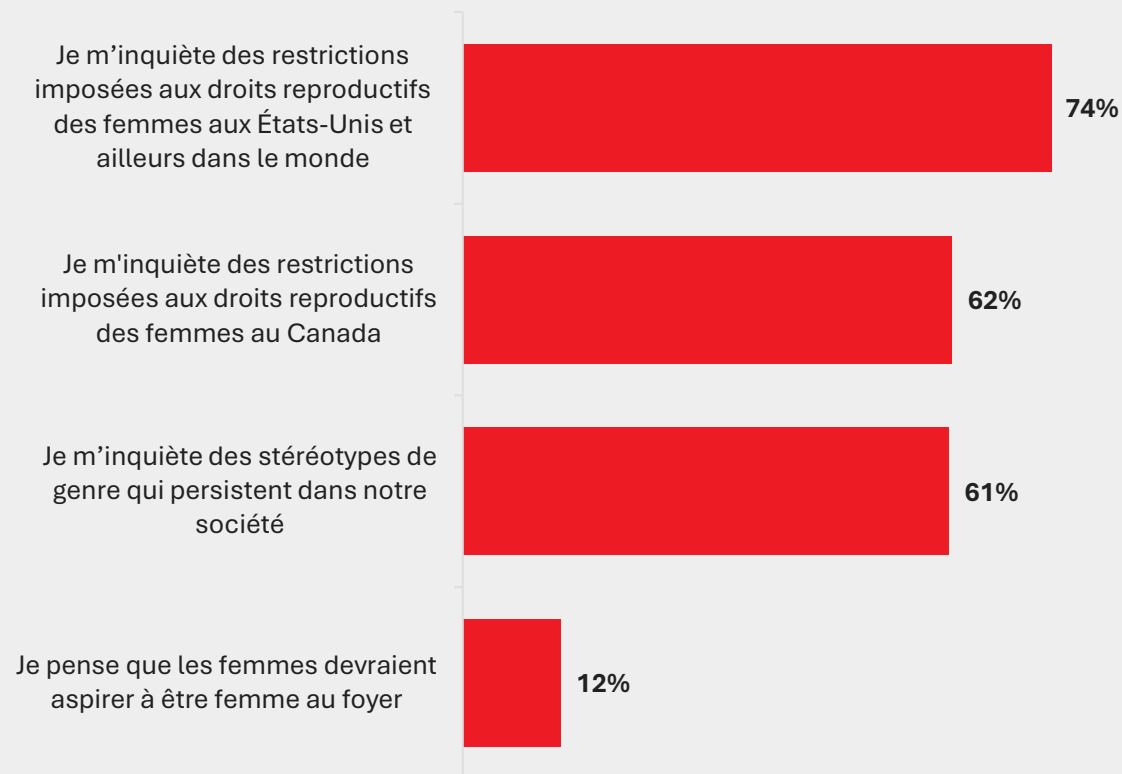
Enjeux climatiques



QF. Êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants en lien avec les changements climatiques ... ?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

Enjeux de genre



QG. Êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants ?

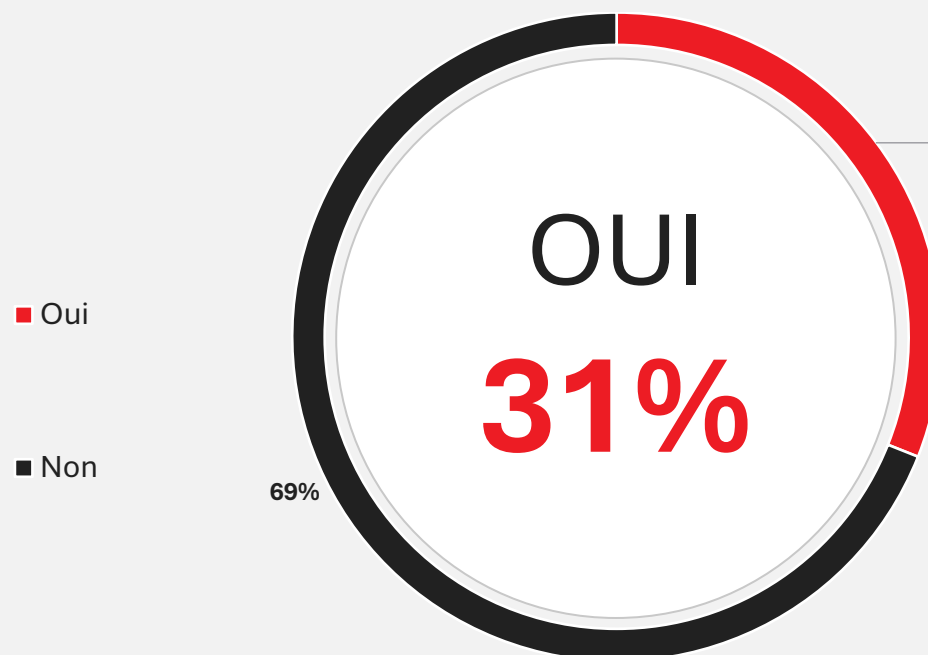
Base: Tous les répondants (n=1 000)

3.5



Expériences de Mobilité

PARTICIPATION À UNE EXPÉRIENCE DE MOBILITÉ

Proportion significativement **plus élevée** auprès de...

- Les DéZillusionnées (**46%**);
- Répondants nés à l'extérieur du Canada (**44%**);
- Répondants dont la langue maternelle est l'anglais (**44%**);
- Répondants avec un niveau d'éducation universitaire (**40%**);
- Répondants résidant dans un milieu urbain (**37%**).



Environ un tiers des répondants (31%) ont déjà participé à une expérience de mobilité.

Q1. Avez-vous déjà participé à une expérience de mobilité?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

NOMBRE D'EXPÉRIENCES DE MOBILITÉ

Proportion significativement **plus élevée** auprès de...

- Les Milléniales tourmentées (**73%**);
- Répondants nés au Canada (**66%**).

63%

1

17%

2

19%

3 ou plus

Proportion significativement **plus élevée** auprès de...

- Répondants résidant dans un milieu urbain (**26%**);
- Répondants dont la langue maternelle est le français (**22%**).

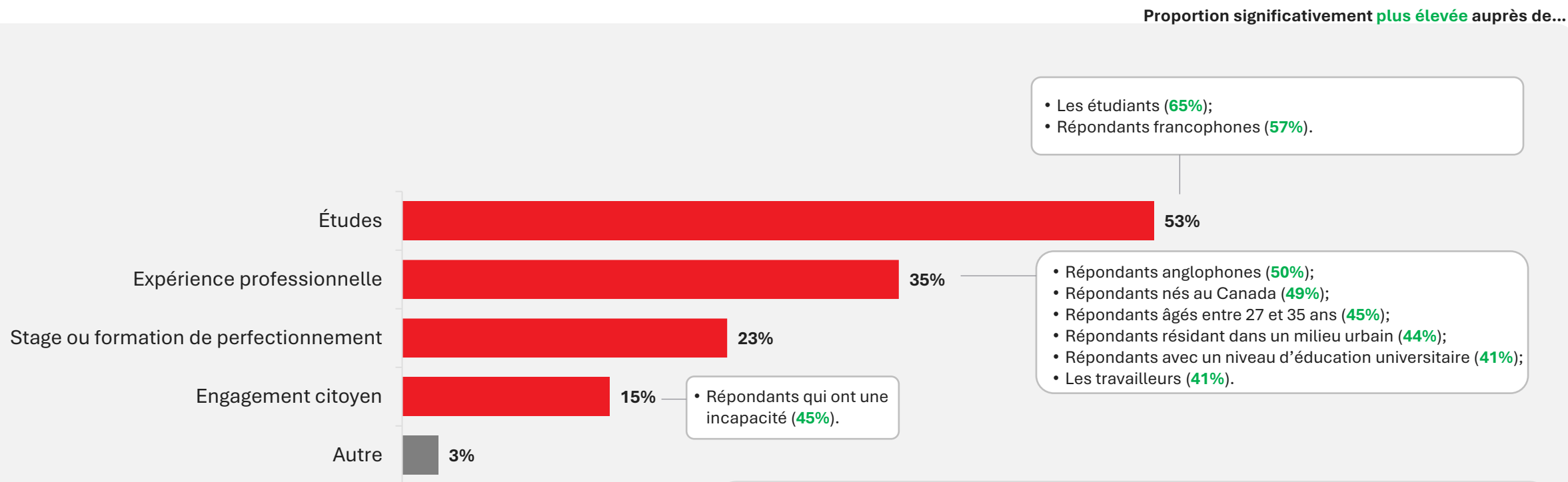


Parmi les répondants qui ont participé à une expérience de mobilité, plus de six personnes sur dix (63%) en ont réalisé une seule, alors que près d'une personne sur cinq a participé à deux expériences (17%) et trois expériences (19%).

Q2. À combien d'expériences de mobilité avez-vous participé?

Base: Répondants qui ont participé à une expérience de mobilité (n= 305)

TYPE D'EXPÉRIENCE DE MOBILITÉ



Plus de la moitié des répondants qui ont participé à une expérience de mobilité l'ont fait dans le cadre des études (53%), alors qu'un peu plus du tiers des personnes ont réalisé une expérience de mobilité professionnelle (35%). Également, plus d'un répondant sur cinq a participé à une mobilité pour un stage ou une formation de perfectionnement (23%), et 15% des personnes ont participé pour un engagement citoyen.

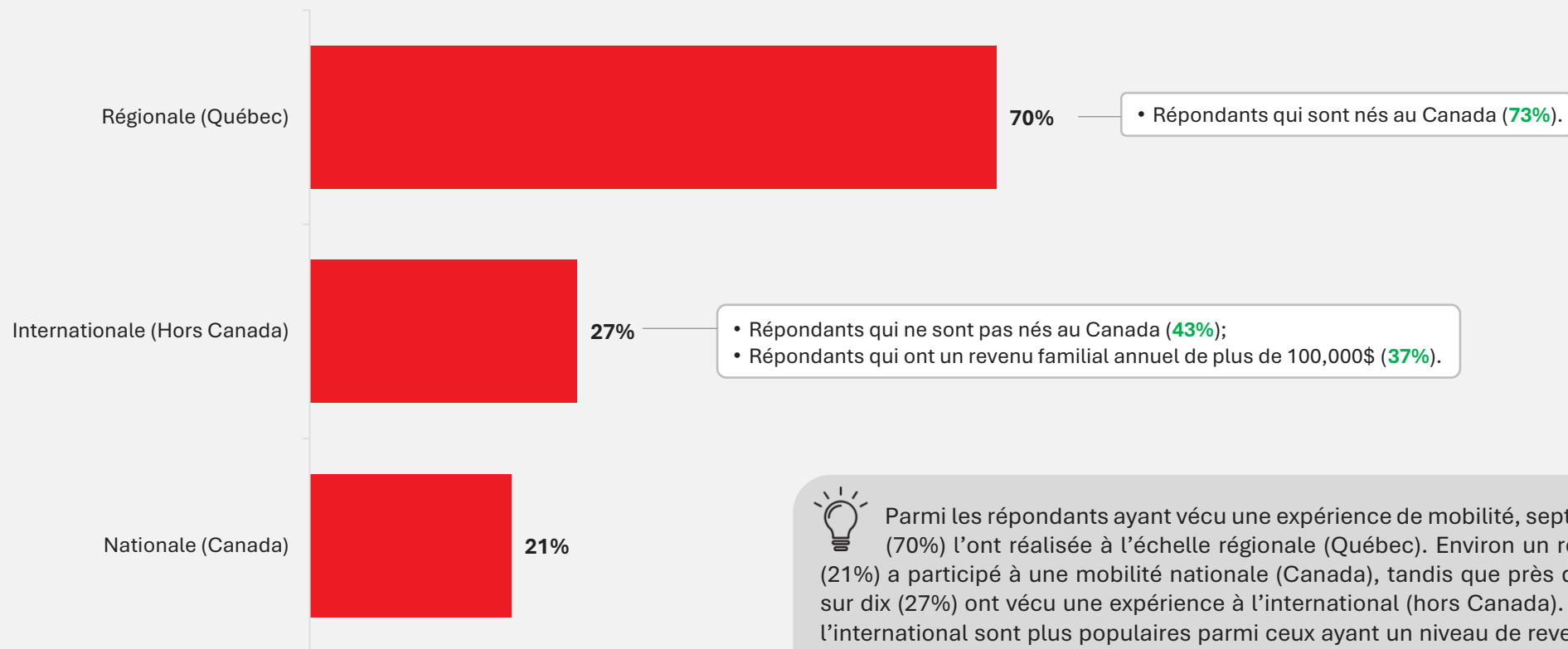
Q3. Quel type d'expérience de mobilité avez-vous réalisé? Sélectionnez toutes les options applicables

Base: Répondants qui ont participé à une expérience de mobilité (n= 305)

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

ÉCHELLE GÉOGRAPHIQUE DE L'EXPÉRIENCE DE MOBILITÉ

Proportion significativement plus élevée auprès de...

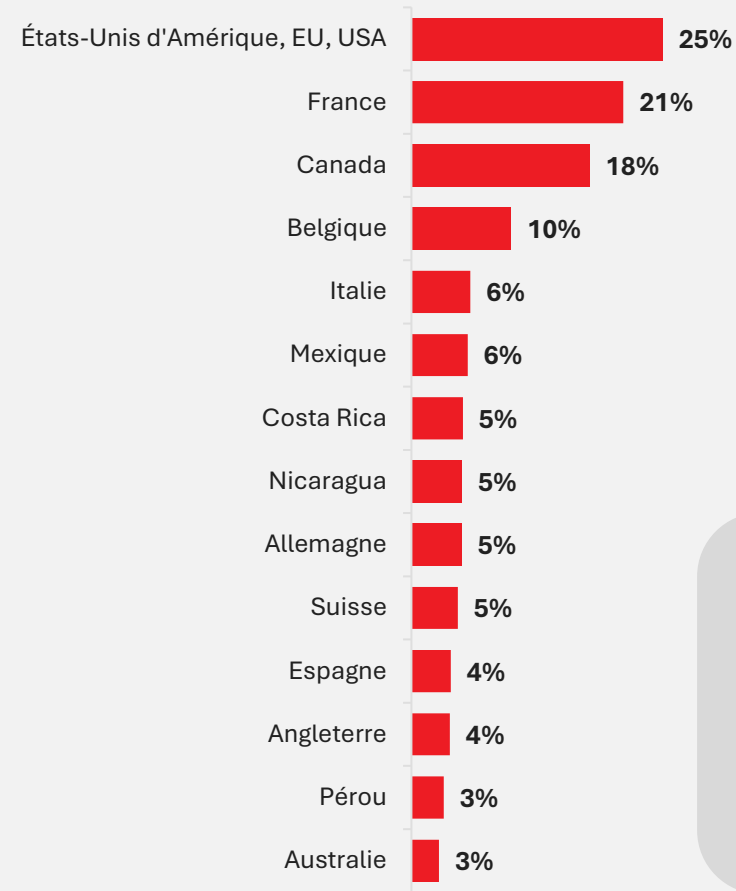
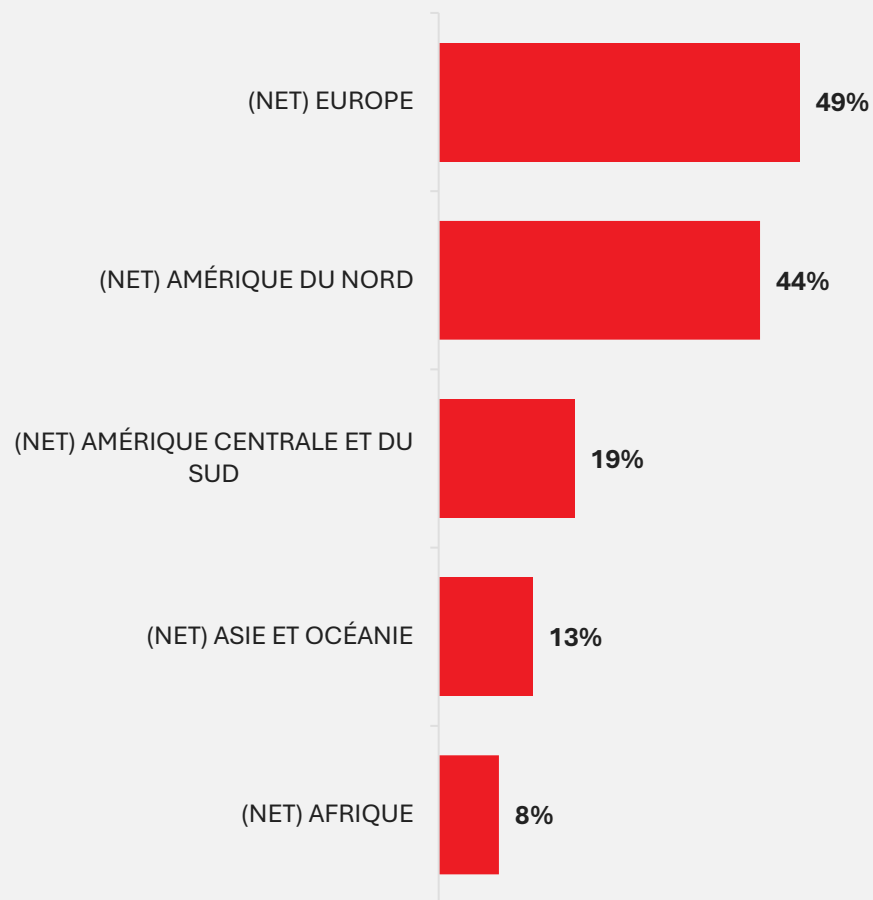


Parmi les répondants ayant vécu une expérience de mobilité, sept personnes sur dix (70%) l'ont réalisée à l'échelle régionale (Québec). Environ un répondant sur cinq (21%) a participé à une mobilité nationale (Canada), tandis que près de trois personnes sur dix (27%) ont vécu une expérience à l'international (hors Canada). Les expériences à l'international sont plus populaires parmi ceux ayant un niveau de revenu élevé (37%), et ceux qui sont nés à l'extérieur du Canada (43%).

Q4. À quelle échelle géographique s'est déroulée votre/vos expérience(s) de mobilité? Sélectionnez toutes les options applicables

Base: Répondants qui ont participé à une expérience de mobilité (n= 305)

ÉCHELLE GÉOGRAPHIQUE DE L'EXPÉRIENCE DE MOBILITÉ



Le quart des répondants qui ont réalisé une expérience de mobilité l'ont réalisée aux États-Unis (25%), et plus d'une personne sur cinq a participé à une mobilité en France (21%).

Q4B. Dans quel(s) pays avez-vous réalisé votre/vos expériences de mobilité internationale? Sélectionnez toutes les options applicables

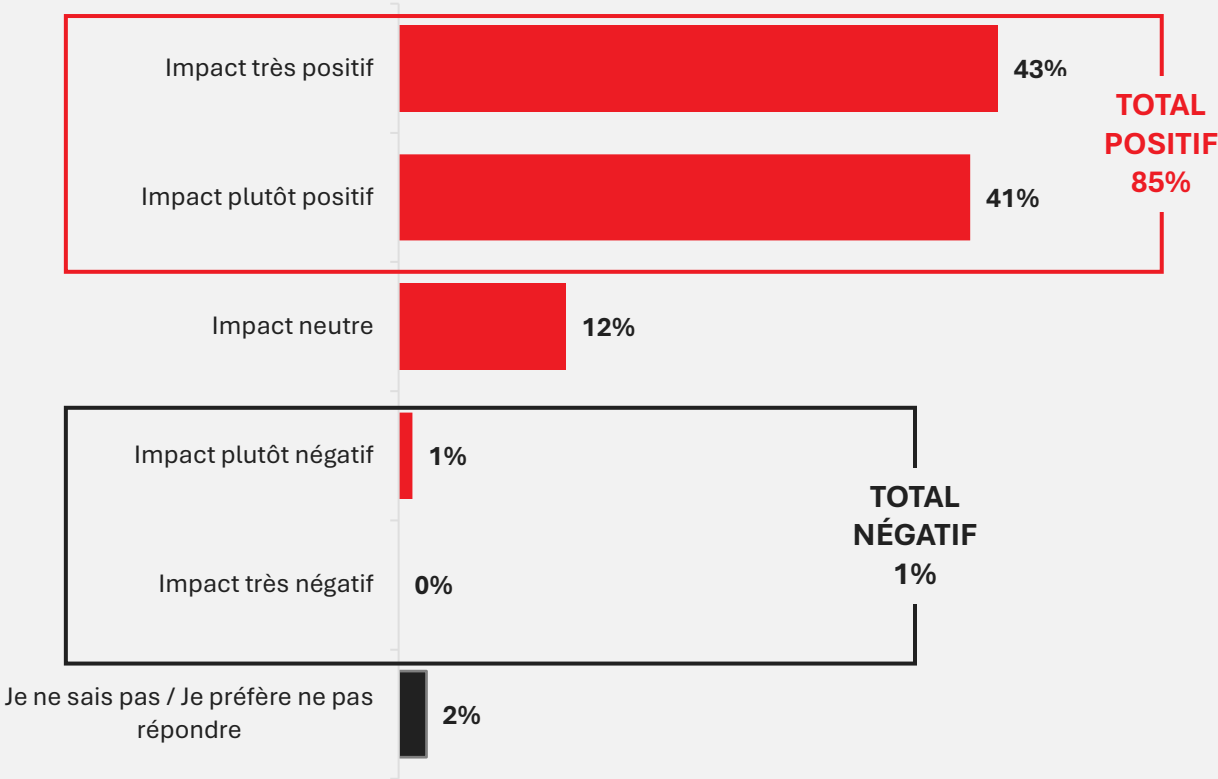
Base: Répondants qui ont participé à une expérience de mobilité à l'international (n= 84)

Note: Seuls les pays regroupant 3% de mentions ou plus sont présentés.

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

IMPACT DE LA MOBILITÉ EFFECTUÉE SUR LE DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

Proportion significativement plus élevée auprès de...



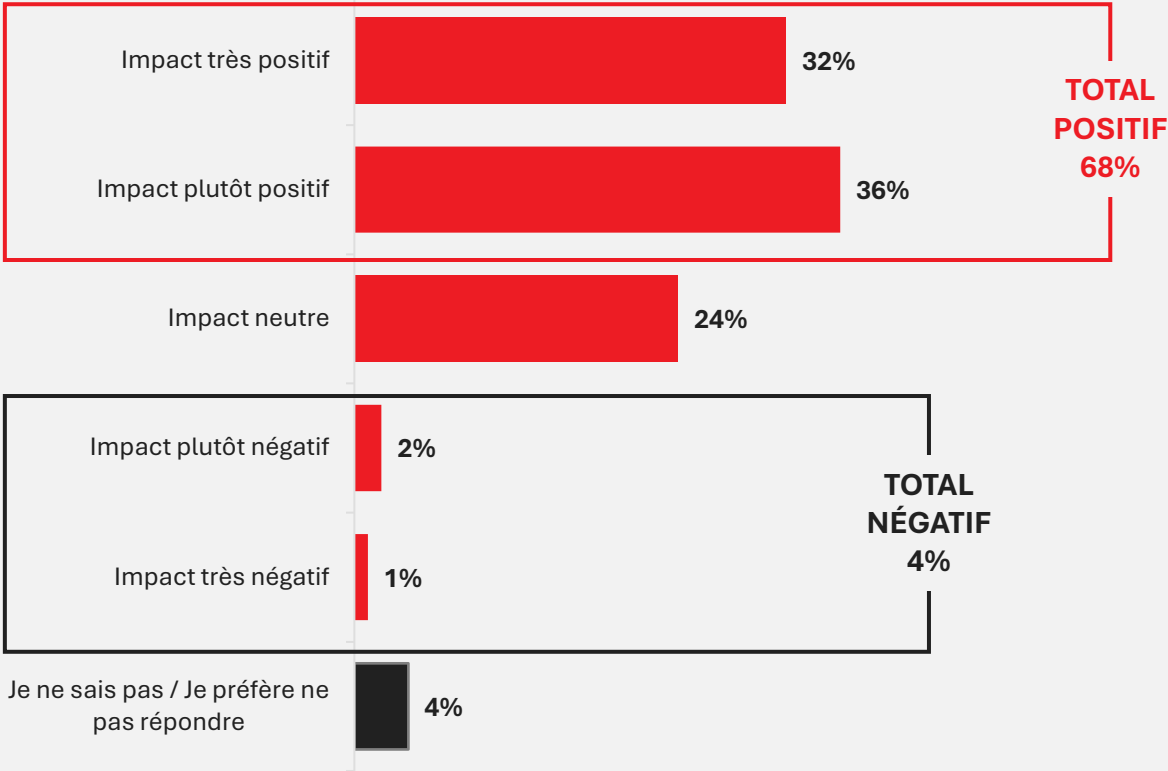
- Répondants vivant dans un milieu rural (100%);
- Répondants ayant un revenu familial annuel entre 40 000\$ et 59 999\$ (95%);
- Répondants ayant participé à une mobilité à l'échelle internationale (94%);
- Répondants ayant participé à une mobilité à l'échelle nationale (93%);
- Répondants avec un niveau d'éducation primaire/secondaire (93%).
- Répondants qui considèrent réaliser une expérience de mobilité d'ici l'âge de 35 ans (90%)

Q5. Dans quelle mesure considérez-vous que la mobilité que vous avez effectuée a eu un impact sur...?

Base: Répondants qui ont participé à une expérience de mobilité (n= 305)

IMPACT DE LA MOBILITÉ EFFECTUÉE SUR LE DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

Proportion significativement plus élevée auprès de...

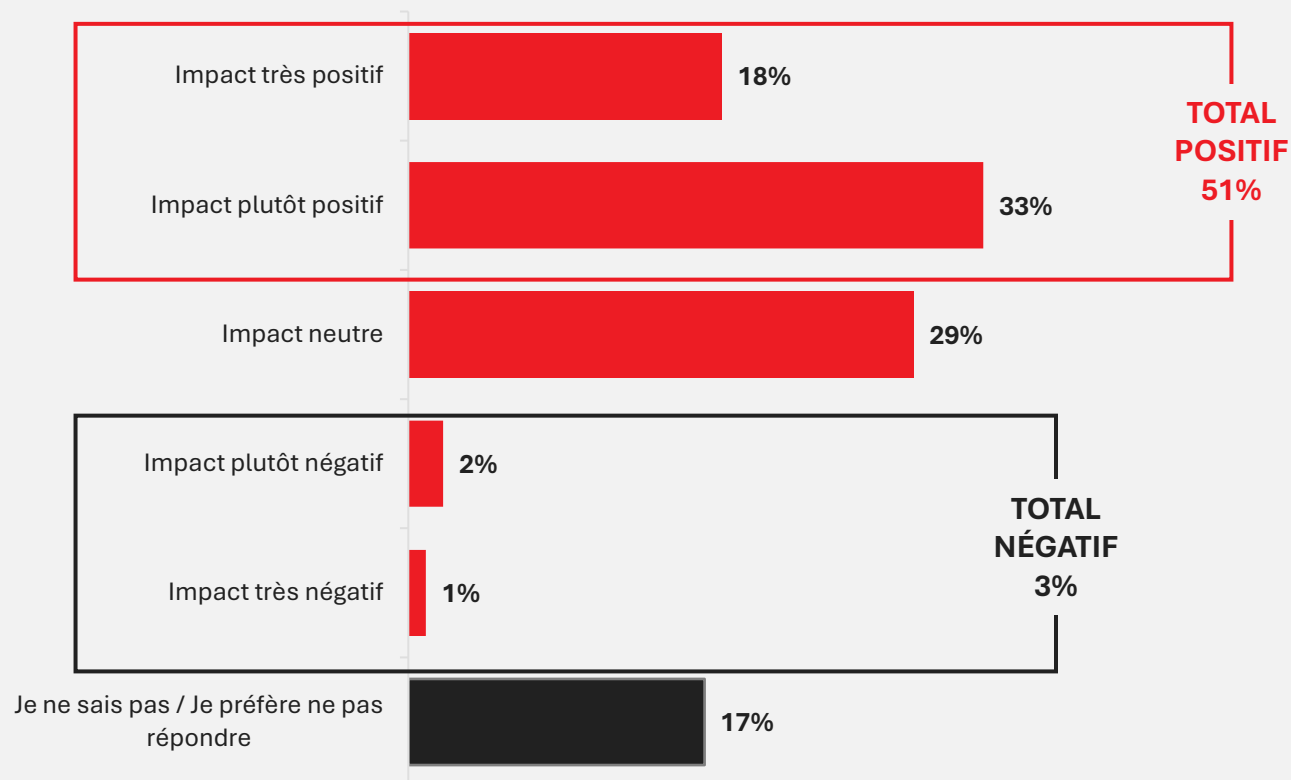


- Répondants ayant un revenu familial annuel entre 40 000\$ et 59 999\$ (87%);
- Répondants ayant participé à une mobilité à l'échelle nationale (80%).
- Répondants qui considèrent réaliser une expérience de mobilité d'ici l'âge de 35 ans (73%)

Q5. Dans quelle mesure considérez-vous que la mobilité que vous avez effectuée a eu un impact sur...?

Base: Répondants qui ont participé à une expérience de mobilité (n= 305)

IMPACT POSSIBLE DE LA MOBILITÉ SUR LE DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

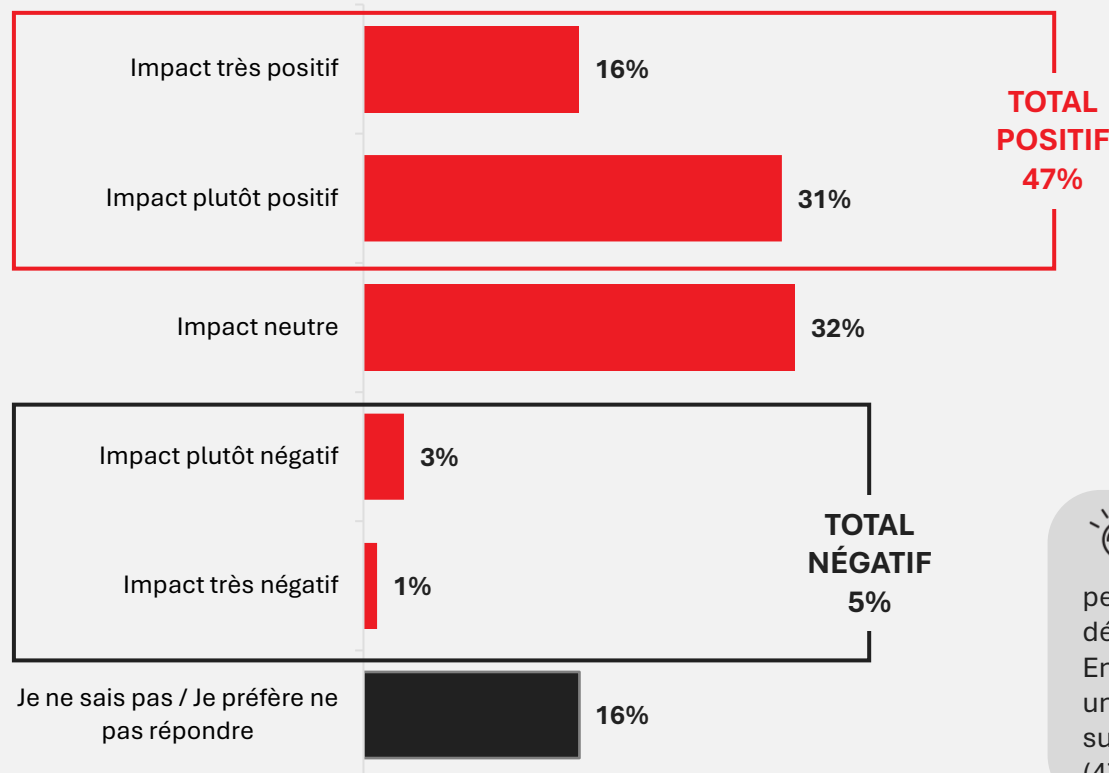
Proportion significativement **plus élevée** auprès de...

- Les DéZillusionnées (**63%**);
- Répondants ayant un intérêt pour les programmes de mobilité à l'international (**57%**);
- Les Zoptimistes (**59%**).
- Répondants qui considèrent réaliser une expérience de mobilité d'ici l'âge de 35 ans (**67%**)

Q5. Dans quelle mesure considérez-vous qu'un programme de mobilité pourrait avoir un impact sur...?

Base: Répondants qui n'ont pas participé à une expérience de mobilité (n= 695)

IMPACT POSSIBLE DE LA MOBILITÉ SUR LE DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

Proportion significativement **plus élevée** auprès de...

- Les DéZillusionnées (**63%**);
- Répondants qui considèrent réaliser une expérience de mobilité d'ici l'âge de 35 ans (**61%**);
- Les Zoptimistes (**57%**);
- Les étudiants (**56%**);
- Répondants ayant un intérêt pour les programmes de mobilité à l'international et au Canada (**52%**).

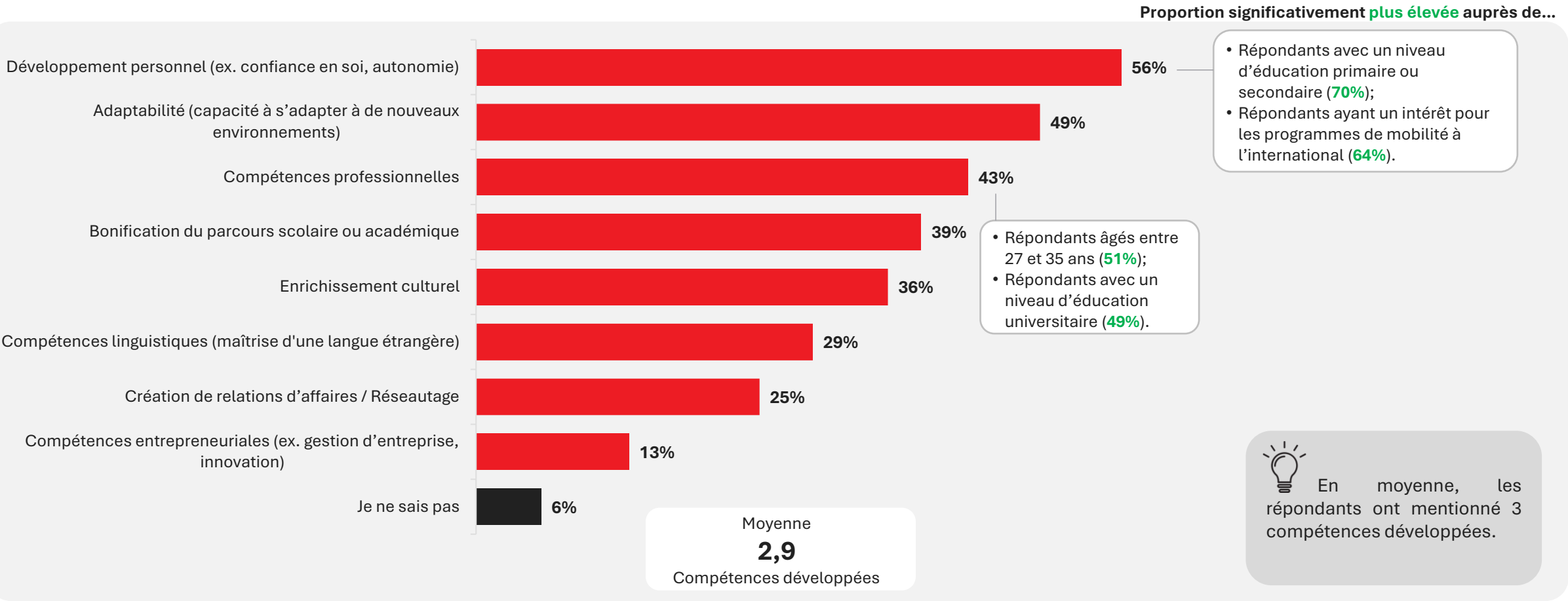


Il est intéressant de constater que les personnes ayant déjà vécu une expérience de mobilité la perçoivent davantage comme un levier positif pour leur développement personnel (85%) et professionnel (68%). En revanche, les répondants n'ayant jamais participé à une mobilité attribuent à cette dernière un impact moindre sur leur développement personnel (51%) et professionnel (47%).

Q5. Dans quelle mesure considérez-vous qu'un programme de mobilité pourrait avoir un impact sur...?

Base: Répondants qui n'ont pas participé à une expérience de mobilité (n= 695)

COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES SUITE À L'EXPÉRIENCE DE MOBILITÉ (1/2)



Q6. Quelles compétences ou expériences avez-vous développées à travers ce programme de mobilité?

Base: Répondants qui ont participé à une expérience de mobilité (n= 305)

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES SUITE À L'EXPÉRIENCE DE MOBILITÉ (2/2)

À la suite de leur expérience de mobilité, les répondants déclarent avoir renforcé principalement leurs compétences en développement personnel (56%), en adaptabilité (49%) ainsi que leurs compétences professionnelles (43%). Les femmes et les personnes dont la langue maternelle est le français sont plus susceptibles de nommer des compétences développées à la suite de l'expérience de mobilité.

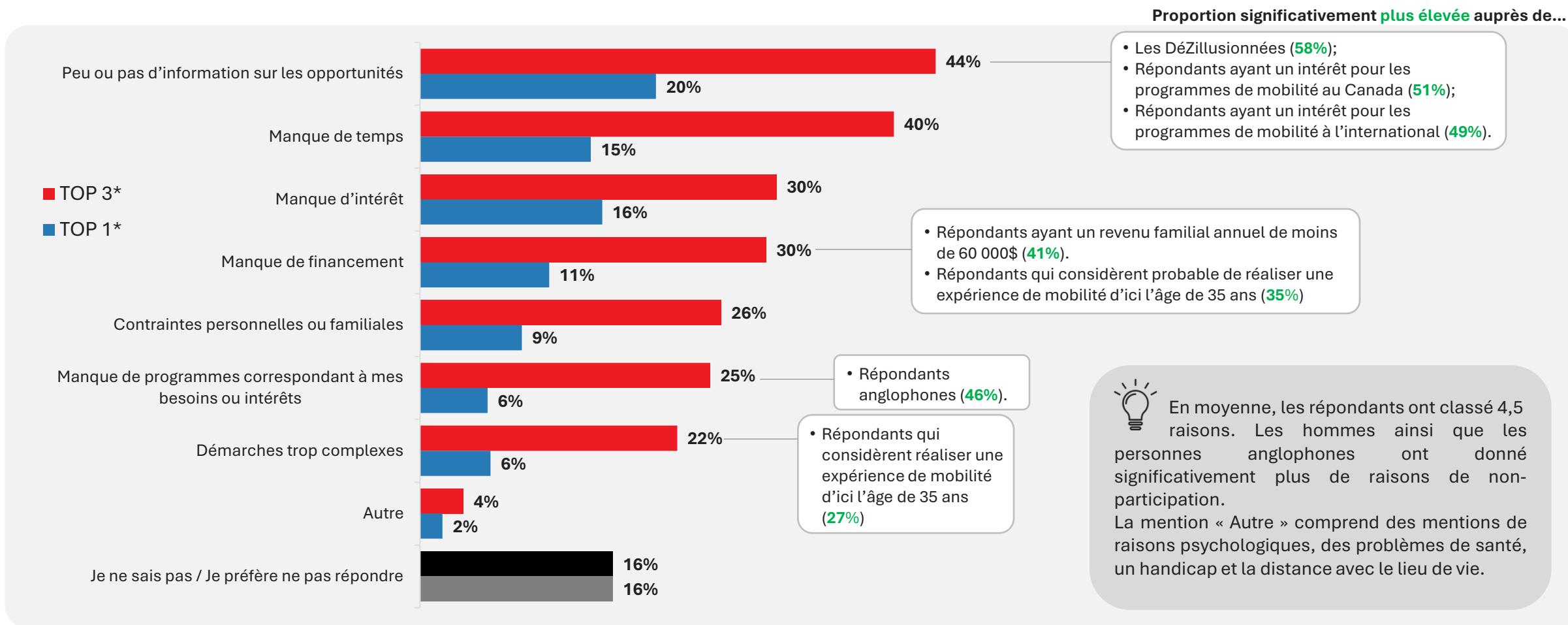
	Total	Genre		Langue		Occupation		Type d'expérience de mobilité				Échelle géographique			Probabilité	
		Homme	Femme	Français	Anglais	Travailleur	Étudiant	Études	Stage	Engagement citoyen	Expérience professionnelle	Régionale	Nationale	Intenationale	Oui	Non
n=	305	162	142	244	47	212	79	164	72	44	112	212	63	84	192	113
Développement personnel	56%	51%	62%	61%	29%	53%	62%	64%	63%	56%	55%	54%	52%	73%	61%	48%
Adaptabilité	49%	43%	56%	52%	35%	47%	55%	56%	55%	46%	50%	45%	55%	66%	52%	44%
Compétences professionnelles	43%	43%	43%	41%	53%	49%	31%	42%	65%	32%	62%	43%	58%	45%	45%	40%
Bonification du parcours scolaire ou académique	39%	34%	45%	41%	21%	33%	52%	55%	52%	25%	28%	37%	31%	50%	41%	34%
Enrichissement culturel	36%	35%	37%	39%	16%	34%	42%	42%	35%	46%	36%	27%	48%	75%	41%	26%
Compétences linguistiques	29%	28%	31%	28%	35%	26%	38%	33%	28%	37%	31%	22%	42%	55%	32%	25%
Création de relations d'affaires / Réseautage	25%	25%	25%	23%	32%	24%	26%	26%	33%	18%	35%	25%	31%	25%	29%	17%
Compétences entrepreneuriales	13%	17%	9%	12%	20%	15%	11%	13%	22%	13%	18%	13%	19%	12%	15%	10%
Je ne sais pas	6%	3%	9%	5%	9%	5%	7%	4%	1%	2%	7%	7%	0%	4%	4%	9%
Moyenne de réponses	2,9	2,8	3,1	3,0	2,4	2,8	3,2	3,3	3,5	2,8	3,2	2,7	3,4	4,0	3,2	2,4

Q6. Quelles compétences ou expériences avez-vous développées à travers ce programme de mobilité?

Base: Répondants qui ont participé à une expérience de mobilité (n= 305)

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

RAISONS DE NON-PARTICIPATION À UNE EXPÉRIENCE DE MOBILITÉ



Q7. Pour quelles raisons n'avez-vous pas participé à une expérience de mobilité? Veuillez classer les principales raisons de la plus importante (1) à la moins importante (8).

Base: Répondants qui n'ont pas participé à une expérience de mobilité (n= 695)

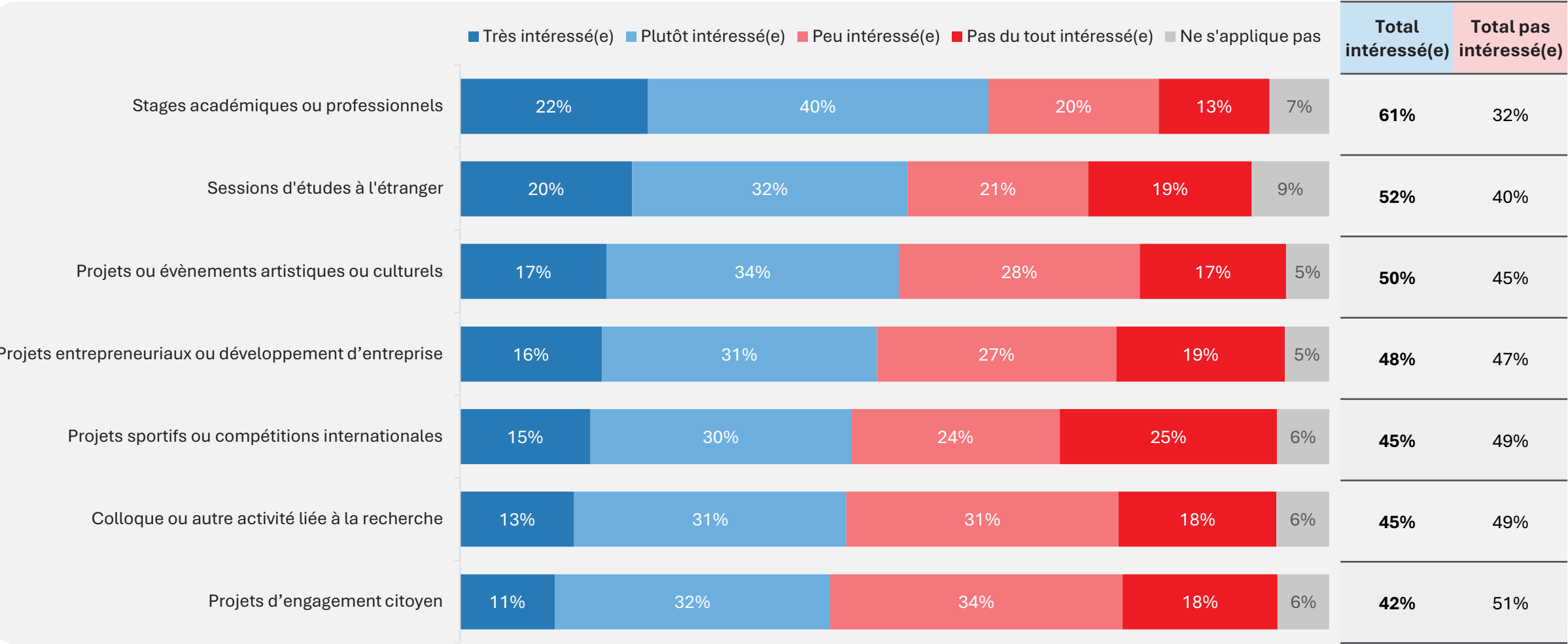
* Note d'interprétation: Le "TOP 3" représente la proportion de répondants ayant sélectionné l'énoncé en question parmi leurs trois premières raisons. La même logique s'applique au TOP 1 (première raison).

3.6



Besoins et Attentes

INTÉRÊT POUR DIFFÉRENTS PROGRAMMES DE MOBILITÉ (1/3)



Q8. Dans quelle mesure seriez-vous intéressé(e) par les programmes de mobilité suivants?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

INTÉRÊT POUR DIFFÉRENTS PROGRAMMES DE MOBILITÉ (2/3)

	Total intéressé(e)	Genre		Âge				Langue			Né(e) au Canada		Ethnicité		Probabilité	
		Homme	Femme	16-18	19-22	23-26	27-35	Français	Anglais	Autre	Oui	Non	Blanc(he)	PANDC*	Oui	Non
n=	1 000	504	494	110	150	220	520	857	104	39	880	108	840	176	421	579
Stages académiques ou professionnels	61%	59%	63%	71%	70%	62%	55%	60%	64%	76%	61%	70%	60%	69%	78%	48%
Sessions d'études à l'étranger	52%	49%	55%	60%	66%	54%	44%	51%	55%	68%	50%	63%	50%	59%	69%	38%
Projets ou évènements artistiques ou culturels	50%	48%	52%	52%	49%	49%	51%	48%	67%	45%	50%	51%	48%	60%	62%	41%
Projets entrepreneuriaux ou développement d'entreprise	48%	57%	39%	51%	49%	49%	46%	47%	53%	54%	46%	60%	45%	59%	61%	37%
Projets sportifs ou compétitions internationales	45%	54%	36%	53%	51%	47%	40%	44%	50%	52%	44%	54%	43%	56%	54%	38%
Colloque ou autre activité liée à la recherche	45%	46%	44%	40%	50%	44%	45%	43%	63%	43%	44%	53%	43%	55%	57%	35%
Projets d'engagement citoyen	42%	45%	40%	33%	44%	42%	45%	41%	52%	48%	41%	55%	40%	55%	57%	31%

Q8. Dans quelle mesure seriez-vous intéressé(e) par les programmes de mobilité suivants?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

Note: L'acronyme PANDC désigne les Personnes Autochtones, Noires, et De Couleur.

INTÉRÊT POUR DIFFÉRENTS PROGRAMMES DE MOBILITÉ (3/3)



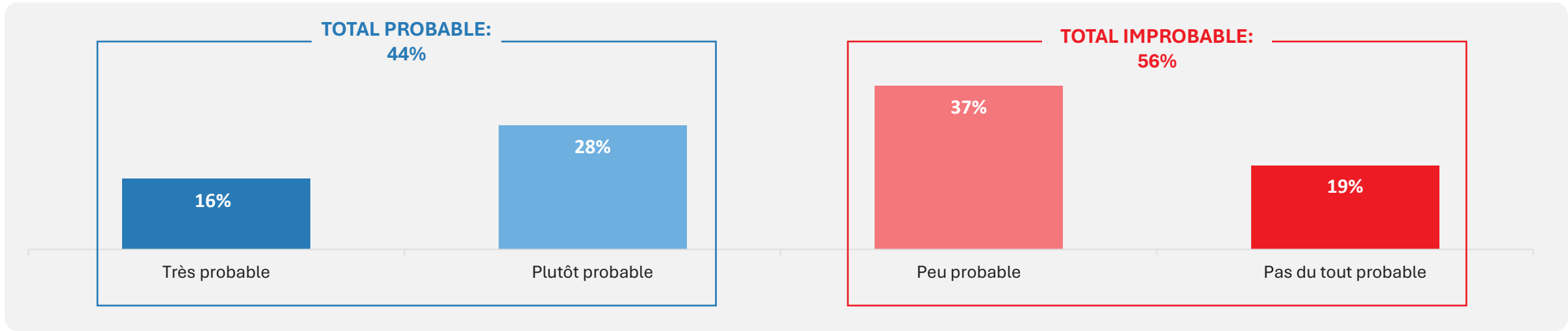
Les répondants expriment un intérêt marqué pour les stages académiques ou professionnels (61%), les sessions d’études à l’étranger (52%) ainsi que les projets ou évènements artistiques ou culturels (50%). En revanche, les programmes de mobilité suscitant le moins d’engouement sont les projets d’engagement citoyen (42%), les colloques ou autres activités liées à la recherche (45%) ainsi que les projets sportifs ou compétitions internationales (45%).

	Total intéressé(e)	Segment					Territoires d’intérêt pour programme		
		Les Zoptimistes	Les DéZillusionnées	Les Milléniaux conventionnels	Les Milléniales tourmentées	Les Désintéressés	Québec	Canada (hors Québec)	International
n=	1 000	240	143	232	351	34	478	426	489
Stages académiques ou professionnels	61%	70%	75%	48%	60%	44%	62%	70%	70%
Sessions d'études à l'étranger	52%	60%	64%	42%	48%	38%	47%	58%	66%
Projets ou évènements artistiques ou culturels	50%	56%	69%	39%	49%	22%	53%	57%	56%
Projets entrepreneuriaux ou développement d'entreprise	48%	51%	58%	47%	43%	28%	52%	51%	47%
Projets sportifs ou compétitions internationales	45%	44%	56%	52%	39%	24%	46%	49%	48%
Colloque ou autre activité liée à la recherche	45%	52%	65%	38%	37%	28%	46%	53%	50%
Projets d’engagement citoyen	42%	47%	62%	34%	38%	32%	47%	47%	46%

Q8. Dans quelle mesure seriez-vous intéressé(e) par les programmes de mobilité suivants?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

PROBABILITÉ DE PARTICIPATION À UNE EXPÉRIENCE DE MOBILITÉ (1/2)



	Total	Genre		Âge				Occupation			Né(e) au Canada		Incapacité	
		Homme	Femme	16-18	19-22	23-26	27-35	Travailleur	Étudiant	Autre	Oui	Non	Oui	Non
n=	1 000	504	494	110	150	220	520	693	237	70	880	108	81	884
Total Probable	44%	48%	40%	60%	53%	48%	35%	40%	57%	37%	41%	63%	63%	42%
Très probable	16%	17%	15%	23%	20%	16%	13%	14%	21%	17%	15%	22%	30%	15%
Plutôt probable	28%	31%	25%	37%	33%	33%	22%	26%	36%	20%	26%	41%	33%	27%
Total Improbable	56%	52%	60%	40%	47%	52%	65%	60%	43%	63%	59%	37%	37%	58%
Peu probable	37%	34%	40%	26%	31%	36%	42%	39%	30%	45%	39%	23%	27%	38%
Pas du tout probable	19%	18%	20%	14%	16%	16%	23%	21%	13%	18%	19%	14%	9%	20%

Q9. Dans quelle mesure est-il probable que vous réalisiez une expérience de mobilité d’ici l’âge de 35 ans?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

PROBABILITÉ DE PARTICIPATION À UNE EXPÉRIENCE DE MOBILITÉ (2/2)

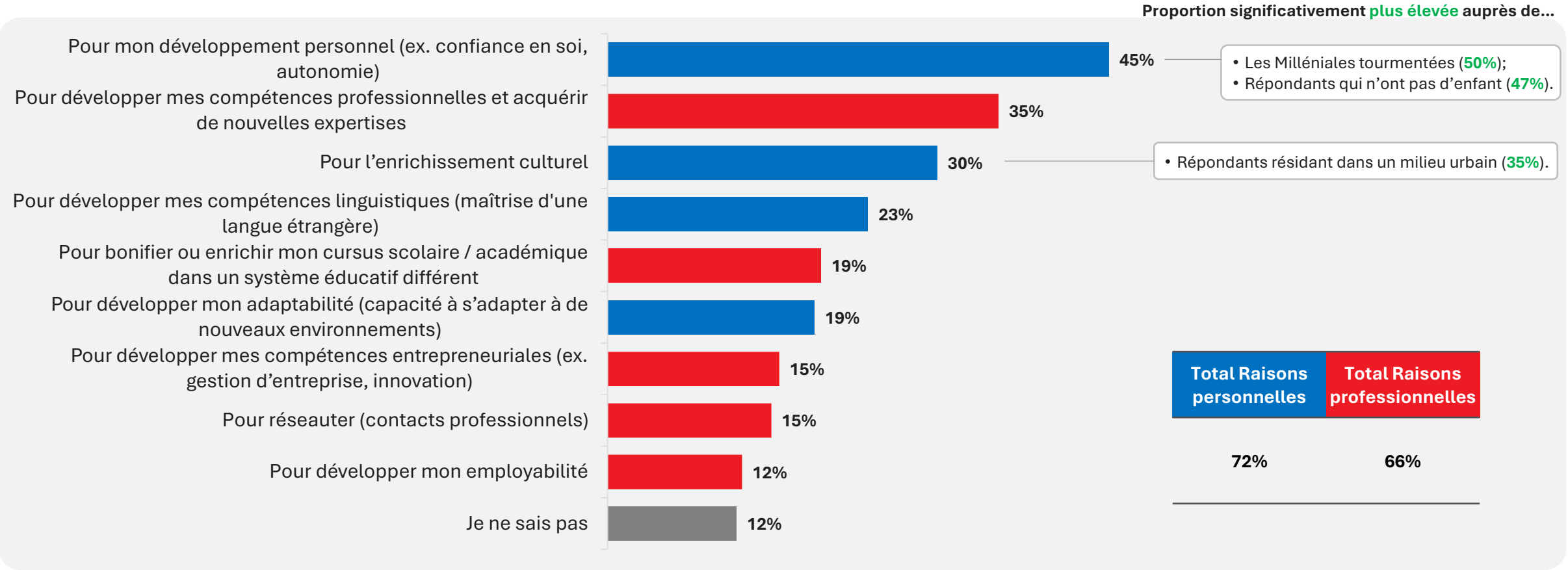
 Plus de quatre répondants sur dix (44%) estiment qu'il est probable qu'ils réalisent une expérience de mobilité avant l'âge de 35 ans. Ce sont principalement les hommes (48%), les jeunes de 16 à 18 ans (60%) et de 19 à 22 ans (53%), ainsi que les étudiants (57%), les personnes nées à l'étranger (63%) et celles vivant avec une incapacité (63%) qui se montrent les plus enclins à envisager une telle expérience. Par ailleurs, une proportion plus élevée de Zoptimistes (53%) et de DéZillusionnées (54%) considère probable la réalisation d'une expérience de mobilité. Parmi les répondants estimant probable de vivre une expérience de mobilité, une majorité (49%) exprime le souhait de partir au Canada ou à l'international.

	Total	Segment				
		Les Zoptimistes	Les DéZillusionnées	Les Milléniaux conventionnels	Les Milléniales tourmentées	Les Désintéressés
n=	1 000	240	143	232	351	34
Total Probable	44%	53%	54%	38%	38%	44%
Très probable	16%	21%	20%	16%	12%	11%
Plutôt probable	28%	32%	34%	22%	26%	33%
Total Improbable	56%	47%	46%	62%	62%	56%
Peu probable	37%	32%	31%	36%	43%	41%
Pas du tout probable	19%	15%	15%	26%	19%	16%

Q9. Dans quelle mesure est-il probable que vous réalisiez une expérience de mobilité d'ici l'âge de 35 ans?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

RAISONS DE PARTICIPATION À UNE EXPÉRIENCE DE MOBILITÉ (1/2)



Q10. Si vous en aviez l'opportunité, pour quelle(s) raison(s) principale(s) seriez-vous intéressé(e) par un programme de mobilité? Veuillez sélectionner les trois raisons principales.

Base: Tous les répondants (n=1 000)

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

RAISONS DE PARTICIPATION À UNE EXPÉRIENCE DE MOBILITÉ (2/2)

 De plus, il est intéressant de noter que les Zoptimistes (71%) et les DéZillusionnées (75%) sont significativement plus nombreux à évoquer des raisons professionnelles pour justifier leur intérêt envers un programme de mobilité.

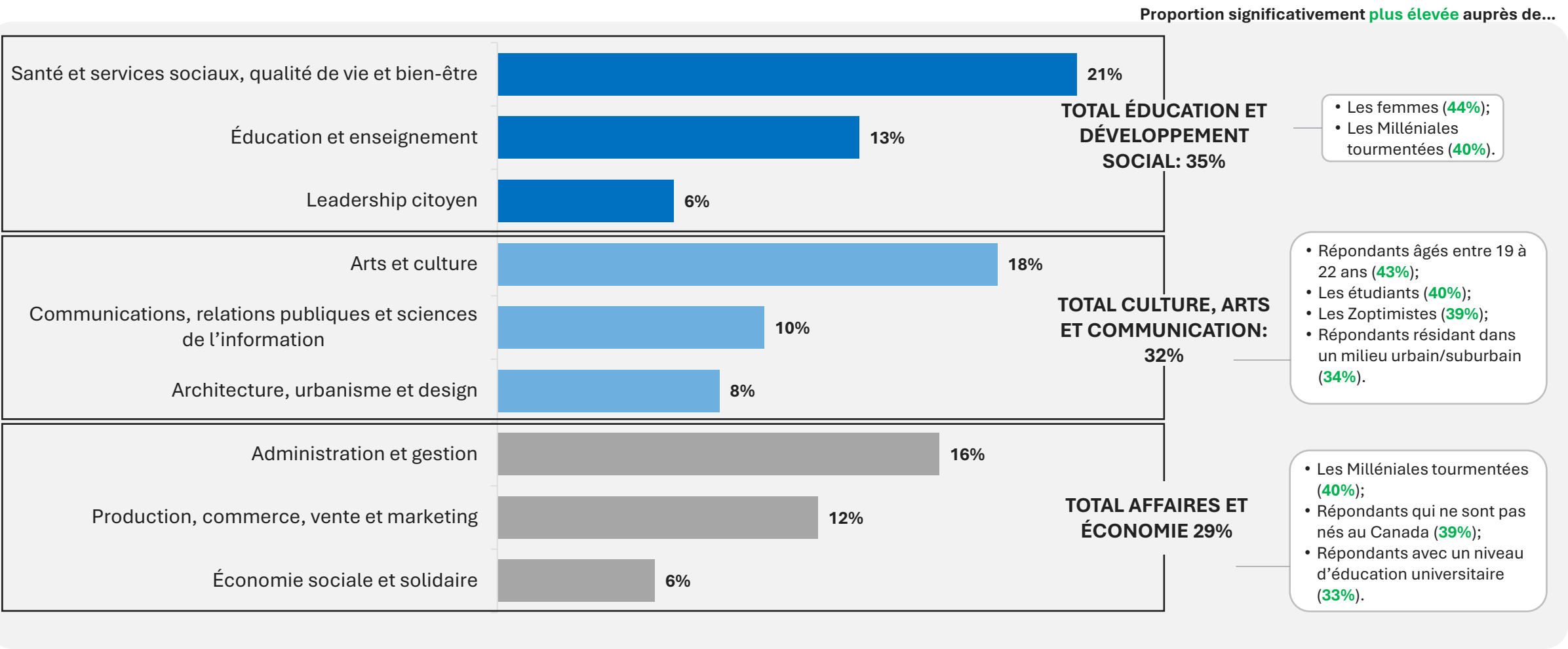
	Total	Genre		Âge				Occupation			Échelle géographique			Probabilité	
		Homme	Femme	16-18	19-22	23-26	27-35	Travailleur	Étudiant	Autre	Régionale	Nationale	Internati-onale	Oui	Non
n=	1 000	504	494	110	150	220	520	693	237	70	212	63	84	421	579
Total Raisons personnelles	72%	67%	77%	76%	72%	74%	70%	71%	76%	67%	82%	91%	89%	82%	64%
Pour mon développement personnel	45%	36%	54%	48%	49%	43%	44%	44%	46%	47%	55%	61%	53%	53%	39%
Pour l'enrichissement culturel	30%	27%	32%	34%	21%	29%	31%	30%	30%	28%	31%	41%	46%	34%	26%
Pour développer mes compétences linguistiques	23%	21%	25%	26%	25%	25%	22%	21%	29%	23%	24%	22%	27%	27%	21%
Pour développer mon adaptabilité	19%	17%	21%	19%	18%	18%	19%	18%	21%	18%	18%	26%	30%	21%	16%
Total Raisons professionnelles	66%	66%	66%	69%	71%	68%	62%	65%	72%	47%	75%	77%	78%	75%	59%
Pour développer mes compétences professionnelles et acquérir de nouvelles expertises	35%	33%	38%	35%	32%	37%	35%	36%	35%	25%	38%	49%	55%	39%	32%
Pour bonifier ou enrichir mon cursus scolaire / académique dans un système éducatif différent	19%	19%	19%	31%	27%	18%	14%	15%	31%	13%	25%	17%	20%	26%	14%
Pour développer mes compétences entrepreneuriales	15%	18%	13%	12%	18%	17%	15%	17%	13%	8%	14%	10%	11%	16%	15%
Pour réseauter	15%	17%	13%	11%	15%	21%	13%	15%	16%	8%	17%	16%	16%	17%	13%
Pour développer mon employabilité	12%	15%	9%	8%	16%	11%	13%	12%	12%	13%	17%	16%	16%	14%	10%
Je ne sais pas	12%	13%	10%	14%	10%	10%	12%	11%	11%	23%	4%	0%	1%	4%	18%

Q10. Si vous en aviez l'opportunité, pour quelle(s) raison(s) principale(s) seriez-vous intéressé(e) par un programme de mobilité? Veuillez sélectionner les trois raisons principales.

Base: Tous les répondants (n=1 000)

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

DOMAINES D'INTÉRÊT POUR RÉALISER UNE MOBILITÉ (1/3)

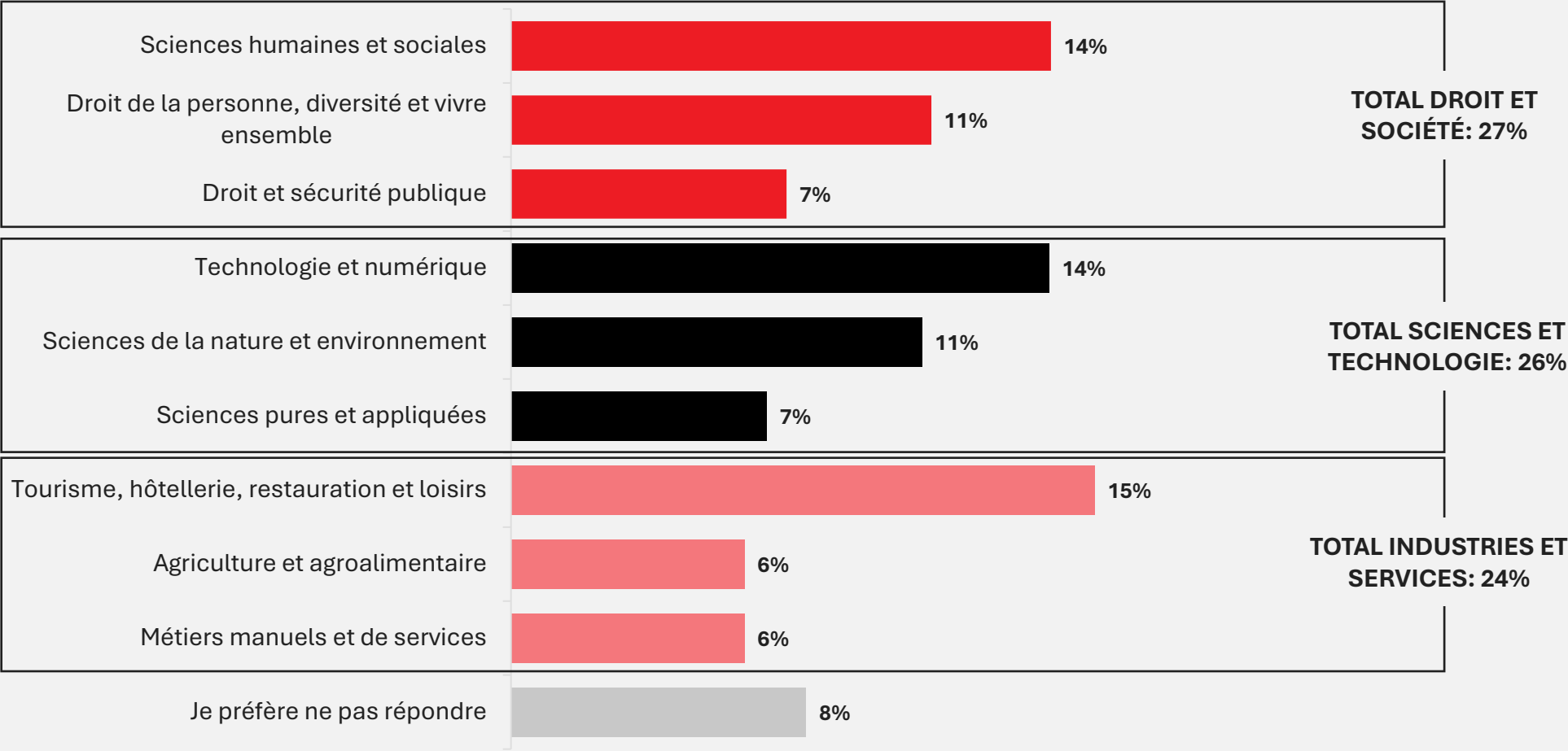


Q11. Si vous en aviez l'opportunité, dans quel domaine aimeriez-vous le plus réaliser un programme de mobilité? Veuillez sélectionner jusqu'à 3 réponses.

Base: Tous les répondants (n=1 000)

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

DOMAINES D'INTÉRÊT POUR RÉALISER UNE MOBILITÉ (2/3)

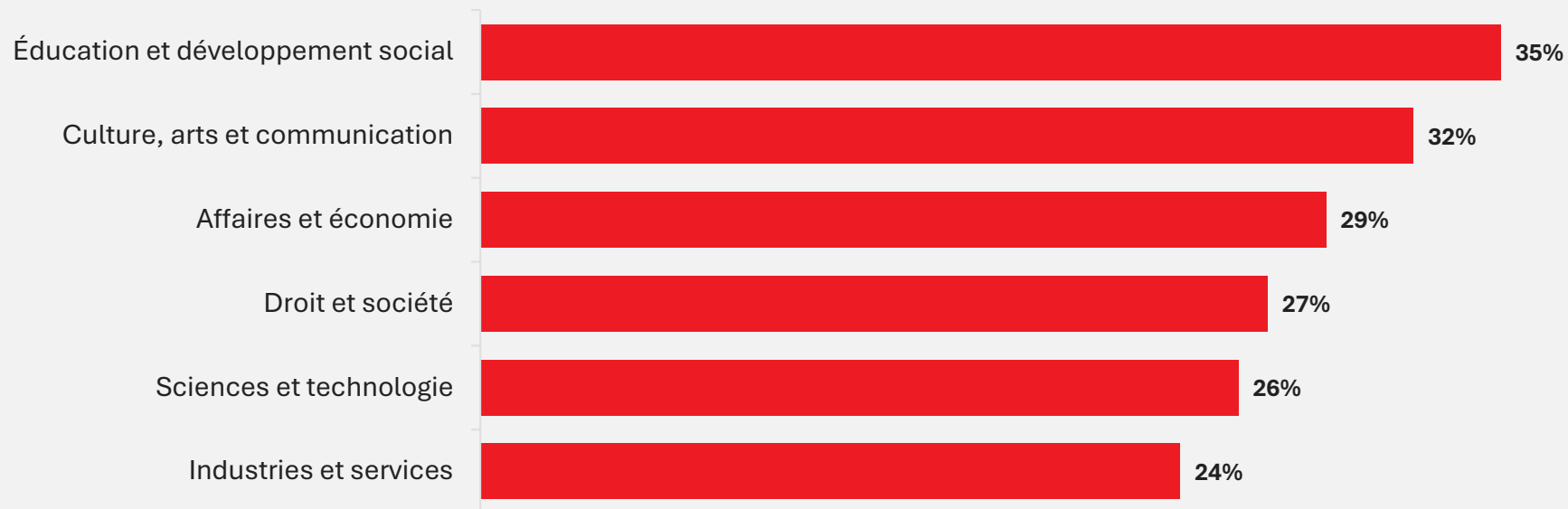


Q11. Si vous en aviez l'opportunité, dans quel domaine aimeriez-vous le plus réaliser un programme de mobilité? Veuillez sélectionner jusqu'à 3 réponses.

Base: Tous les répondants (n=1 000)

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

DOMAINES D'INTÉRÊT POUR RÉALISER UNE MOBILITÉ (3/3)



En moyenne, les répondants ont mentionné deux domaines d'intérêt. Les DéZillusionnées étaient intéressées par un plus grand nombre de domaines. Au total, les trois principaux groupes de domaines pour lesquels les répondants portent un intérêt sont l'éducation et le développement social (35%), la culture, les arts et communication (32%) ainsi que les industries et services (24%). Les répondants intéressés par les domaines de la Culture, des Arts et de la Communication (39%), ainsi que ceux des Affaires et de l'Économie (33%), sont plus enclins à envisager une mobilité à l'international.

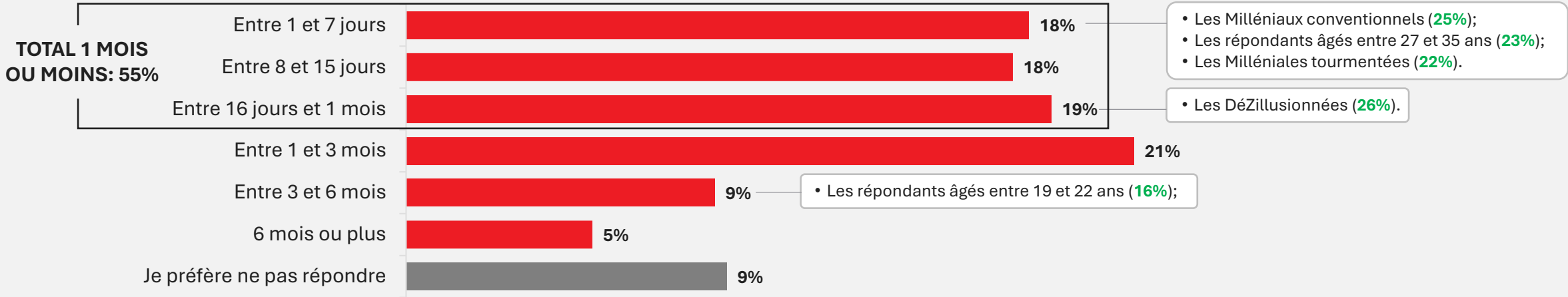
Q11. Si vous en aviez l'opportunité, dans quel domaine aimeriez-vous le plus réaliser un programme de mobilité? Veuillez sélectionner jusqu'à 3 réponses.

Base: Tous les répondants (n=1 000)

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

DURÉE IDÉALE D'UN PROJET DE MOBILITÉ

Proportion significativement plus élevée auprès de...

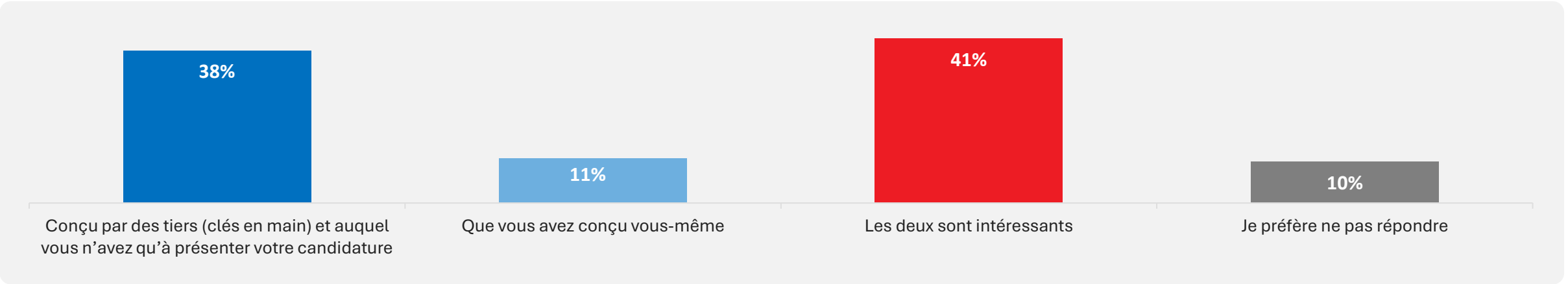


	Total	Occupation			Participation mobilité		Intérêt pour les programmes mobilité						Territoires d'intérêt pour programme			
		Travailleur	Étudiant	Autre	Oui	Non	Stage	Étude	Entrepre- neuriat	Engage- ment citoyen	Recherche	Projets artistiques	Projets sportifs	Québec	Canada	Internat- ional
n=	1 000	693	237	70	305	695	608	518	472	426	444	500	444	478	426	489
(TOTAL) 1 mois ou moins	55%	59%	46%	48%	53%	56%	54%	52%	56%	53%	54%	55%	56%	66%	56%	48%
Entre 1 et 7 jours	18%	21%	10%	24%	12%	21%	15%	11%	15%	14%	14%	16%	15%	28%	15%	11%
Entre 8 et 15 jours	18%	18%	19%	12%	18%	18%	18%	17%	18%	17%	20%	18%	19%	22%	20%	18%
Entre 16 jours et 1 mois	19%	21%	16%	11%	23%	17%	21%	24%	23%	21%	21%	21%	21%	16%	21%	19%
Entre 1 et 3 mois	21%	19%	27%	20%	21%	21%	24%	25%	23%	25%	24%	25%	22%	17%	24%	27%
Entre 3 et 6 mois	9%	8%	12%	6%	14%	7%	10%	11%	9%	10%	11%	9%	10%	7%	8%	13%
6 mois ou plus	5%	4%	7%	10%	10%	4%	7%	8%	7%	8%	7%	7%	7%	3%	6%	8%
Je préfère ne pas répondre	9%	9%	8%	17%	2%	12%	5%	4%	5%	4%	4%	4%	5%	6%	5%	4%

Q15. Quelle serait la durée idéale d'un projet de mobilité selon vous?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

PRÉFÉRENCES DE FORMAT DE PROGRAMME DE MOBILITÉ

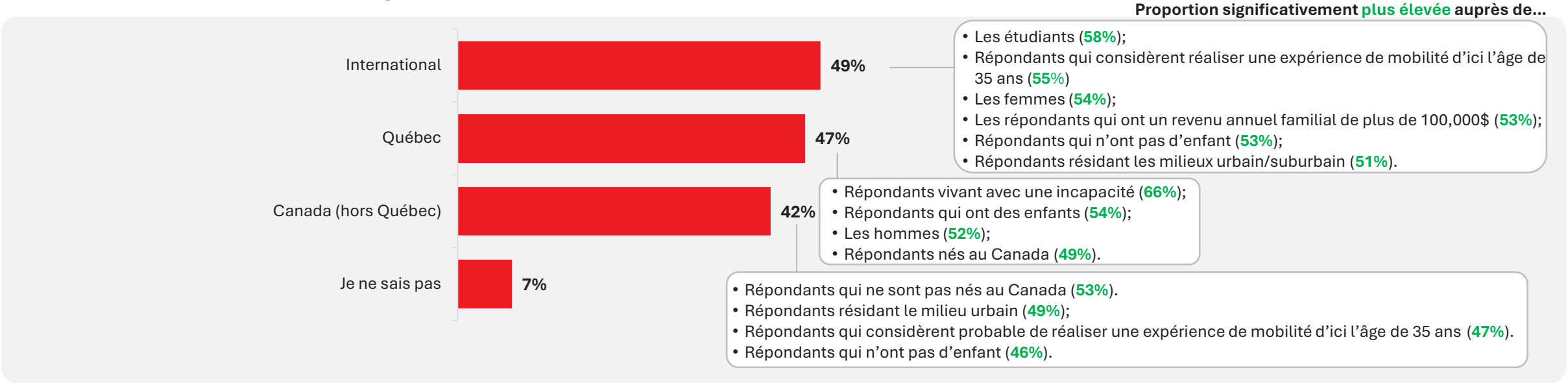


	Total	Participation mobilité		Intérêt pour les programmes mobilité								Segment			
		Oui	Non	Stage	Étude	Entrepre- neuriat	Engageme nt citoyen	Recherche	Projets artistiques	Projets sportifs	Les Zoptimistes	Les DéZillu- sionnées	Les Milléniaux conven- tionnels	Les Milléni- ales tourmen- tées	Les Désinté- ressés
n=	1 000	305	695	608	518	472	426	444	500	444	240	143	232	351	34
Conçu par des tiers (clés en main)	38%	39%	38%	39%	38%	41%	42%	40%	41%	42%	43%	44%	36%	36%	12%
Que vous avez conçu vous-même	11%	10%	11%	9%	10%	14%	13%	11%	11%	13%	8%	16%	16%	8%	4%
Les deux sont intéressants	41%	47%	38%	47%	48%	41%	42%	44%	45%	40%	42%	33%	35%	47%	38%
Je préfère ne pas répondre	10%	4%	13%	5%	4%	4%	3%	5%	4%	5%	6%	6%	14%	9%	46%

Q16. Si vous en aviez l'opportunité, seriez-vous intéressé(e) à réaliser une expérience de mobilité suivant un projet...

Base: Tous les répondants (n=1 000)

ÉCHELLES GÉOGRAPHIQUES D'INTÉRÊT



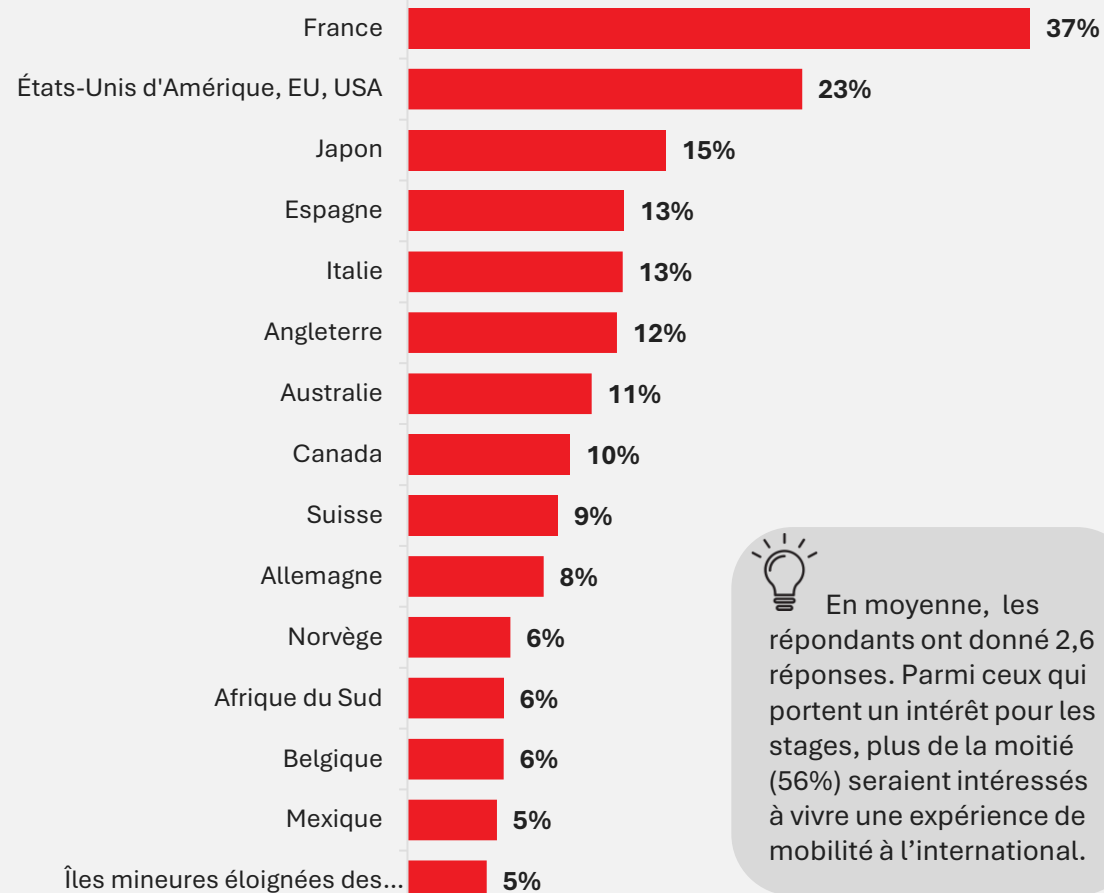
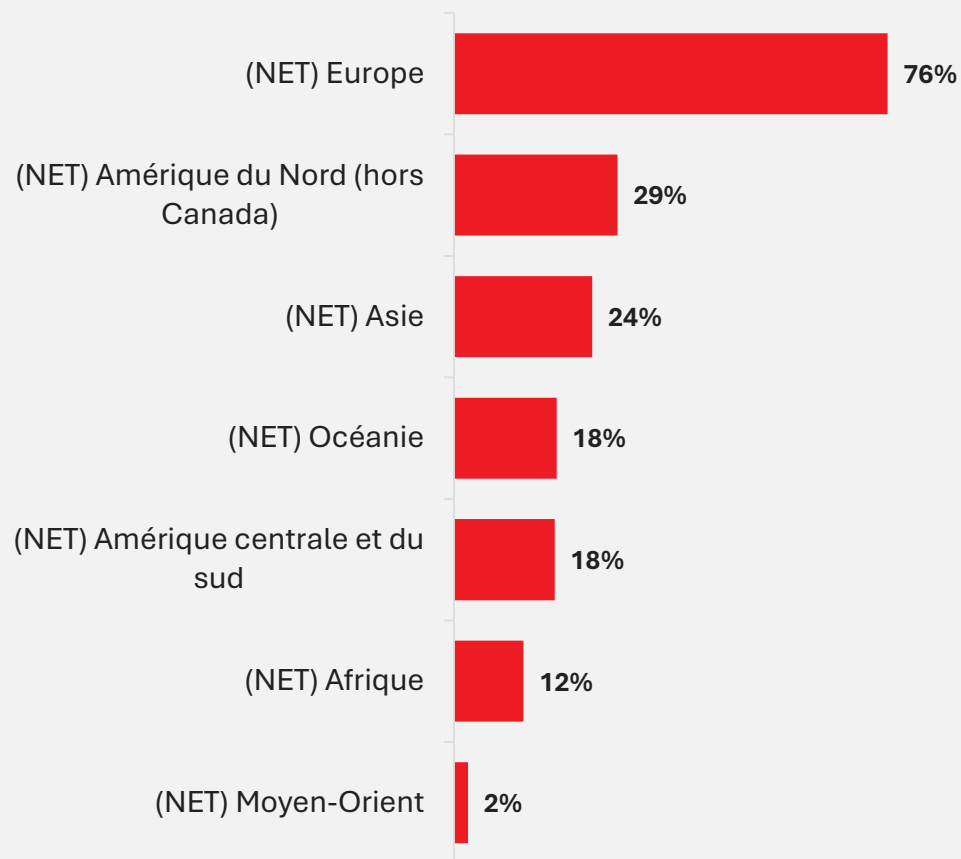
	Total	Éducation			Langue			Participation mobilité		Intérêt pour les programmes de mobilité						
		Prim/Sec	Collégial	Université	Français	Anglais	Autre	Oui	Non	Stage	Étude	Entrepren euriat	Engageme nt citoyen	Recherche	Projets artistiques	Projets sportifs
n=	1 000	288	277	435	857	104	39	305	695	608	518	472	426	444	500	444
International	49%	39%	50%	56%	49%	46%	57%	60%	45%	56%	63%	48%	53%	55%	55%	52%
Québec	47%	56%	47%	41%	49%	39%	36%	46%	48%	48%	42%	52%	52%	49%	49%	48%
Canada (hors Qc)	42%	36%	42%	48%	40%	57%	58%	51%	39%	48%	48%	46%	47%	50%	48%	46%
Je ne sais pas	7%	9%	5%	8%	8%	7%	2%	2%	10%	3%	2%	3%	2%	2%	2%	3%

Q17A. Quels territoires vous intéresseraient le plus pour une expérience de mobilité? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Base: Tous les répondants (n=1 000)

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

Destinations préférées pour une mobilité internationale



En moyenne, les répondants ont donné 2,6 réponses. Parmi ceux qui portent un intérêt pour les stages, plus de la moitié (56%) seraient intéressés à vivre une expérience de mobilité à l'international.

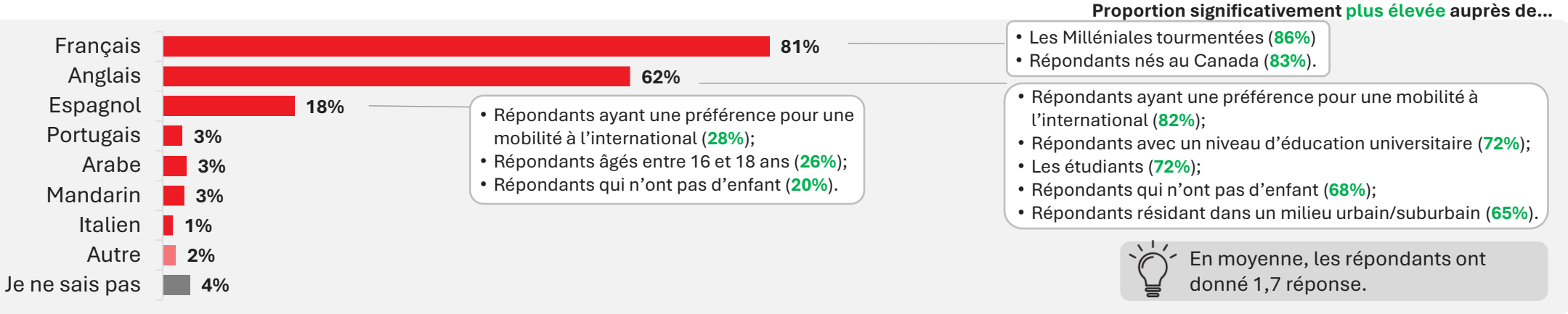
Q17B. Dans quels pays aimeriez-vous le plus réaliser votre expérience de mobilité internationale? Veuillez sélectionner jusqu'à 3 réponses.

Base: Répondants qui aimeraient réaliser une expérience de mobilité à l'international (n= 489)

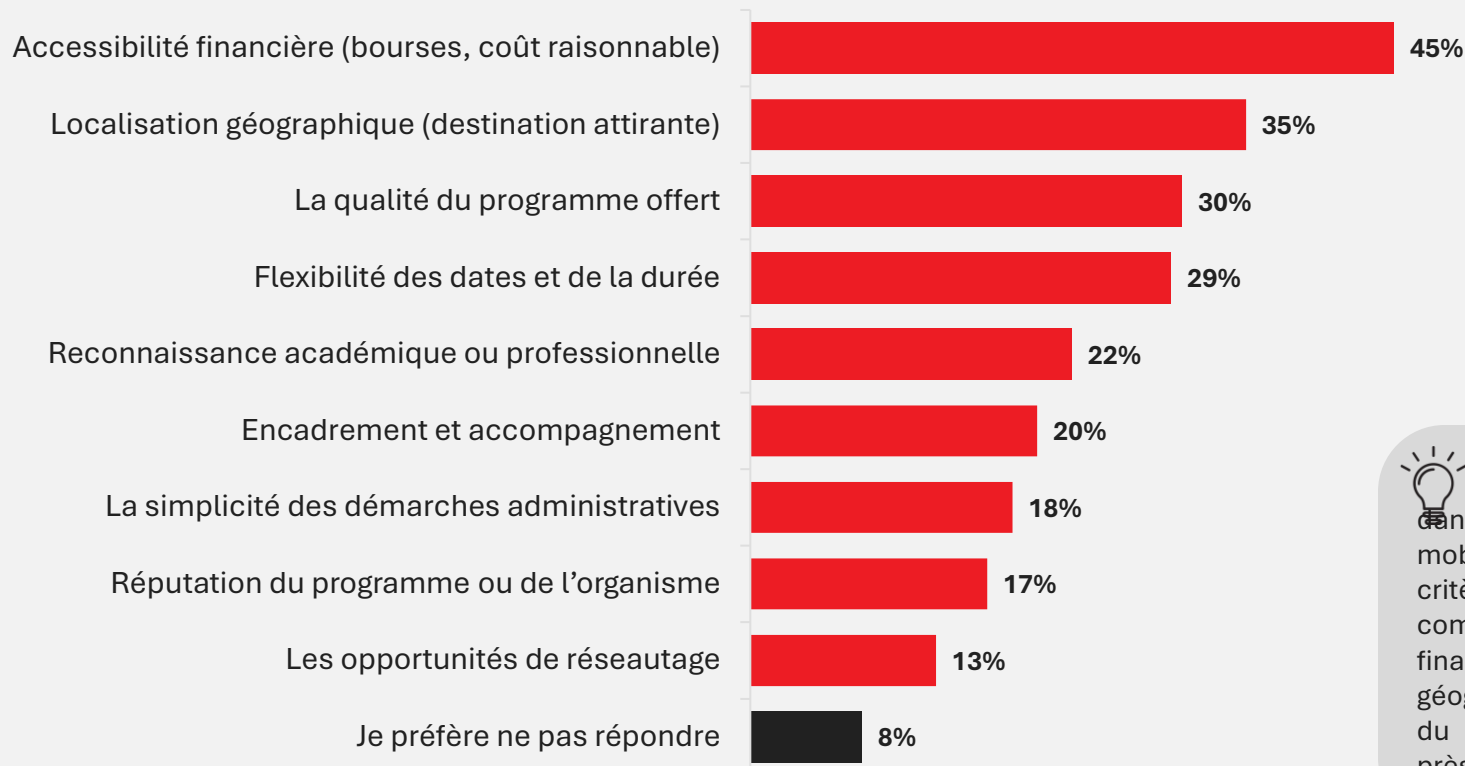
Note: Seuls les pays regroupant 5% de mentions ou plus sont présentés.

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

LANGUE D'INTÉRÊT



CRITÈRES DE CHOIX D'UN PROGRAMME DE MOBILITÉ (1/2)



En moyenne, les répondants ont sélectionné **2 critères essentiels** dans le choix d'un programme de mobilité. Au global, les trois principaux critères que les répondants considèrent comme essentiels sont l'accessibilité financière (45%), la localisation géographique (35%) ainsi que la qualité du programme offert (30%), suivie de près par la flexibilité des dates et de la durée (29%).

Q12. Si vous en aviez l'opportunité, quels critères considèreriez-vous essentiels dans le choix d'un programme de mobilité? Sélectionnez jusqu'à 3 mentions

Base: Tous les répondants (n=1 000)

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

CRITÈRES DE CHOIX D'UN PROGRAMME DE MOBILITÉ (2/2)

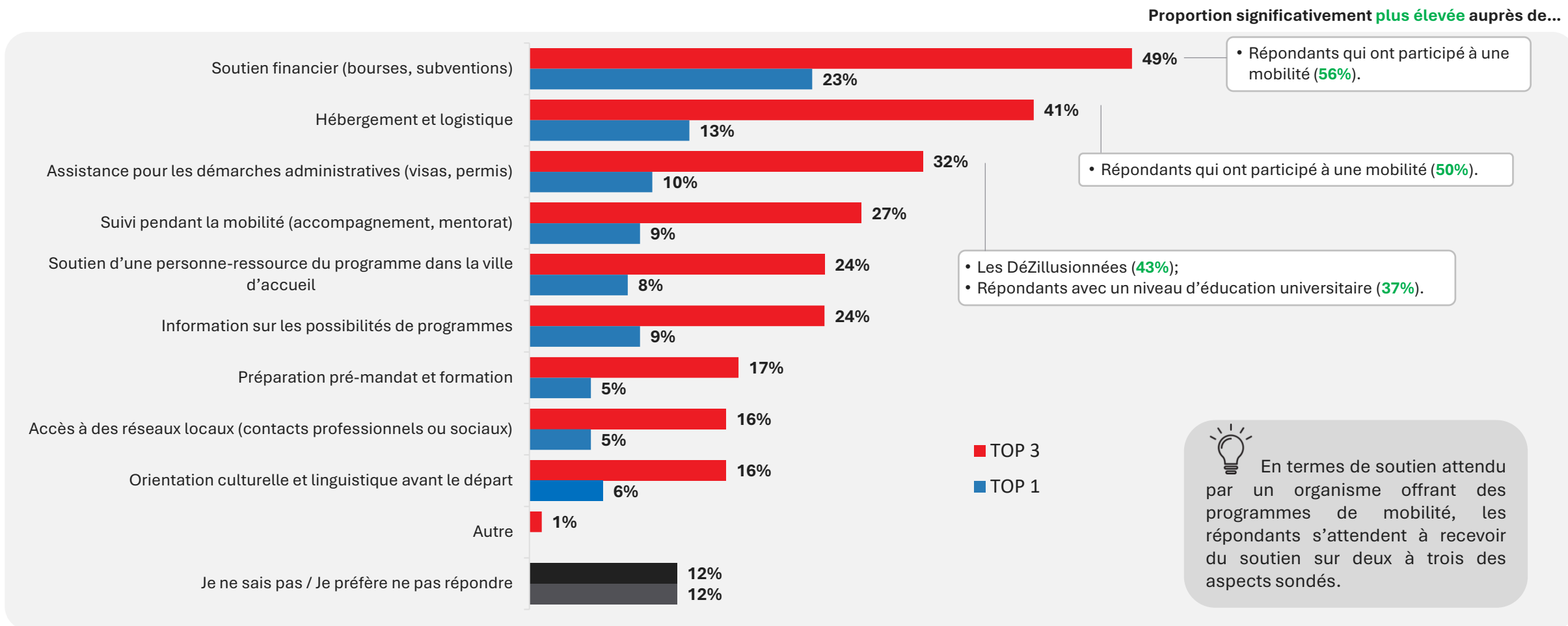
	Total	Participation mobilité		Échelle géographique			Intérêt pour les programmes de mobilité							Probabilité	
		Oui	Non	Régionale	Nationale	Internationale	Stage	Étude	Entrepreneuriat	Engagement citoyen	Recherche	Projets artistiques	Projets sportifs	Oui	Non
n=	1 000	305	695	212	63	84	608	518	472	426	444	500	444	421	579
Accessibilité financière (bourses, coût raisonnable)	45%	51%	42%	51%	51%	58%	50%	50%	45%	45%	46%	47%	44%	47%	43%
Localisation géographique (destination attirante)	35%	43%	31%	39%	55%	62%	39%	40%	35%	40%	36%	39%	38%	37%	33%
La qualité du programme offert	30%	36%	28%	36%	37%	37%	32%	33%	34%	31%	33%	32%	34%	36%	25%
Flexibilité des dates et de la durée	29%	27%	30%	30%	28%	18%	29%	28%	28%	29%	28%	31%	29%	29%	30%
Reconnaissance académique ou professionnelle	22%	27%	20%	23%	24%	36%	27%	27%	25%	24%	26%	22%	24%	27%	19%
Encadrement et accompagnement	20%	17%	21%	18%	14%	20%	21%	22%	21%	21%	21%	21%	21%	25%	16%
La simplicité des démarches administratives	18%	18%	18%	22%	14%	9%	19%	19%	17%	20%	19%	21%	19%	17%	19%
Réputation du programme ou de l'organisme	17%	19%	15%	16%	21%	34%	18%	19%	19%	20%	22%	18%	19%	19%	15%
Les opportunités de réseautage	13%	14%	12%	14%	13%	8%	14%	12%	18%	13%	16%	13%	15%	15%	11%
Je préfère ne pas répondre	8%	2%	10%	3%	0%	2%	4%	3%	3%	3%	3%	3%	4%	3%	12%

Q12. Si vous en aviez l'opportunité, quels critères considéreriez-vous essentiels dans le choix d'un programme de mobilité? Sélectionnez jusqu'à 3 mentions

Base: Tous les répondants (n=1 000)

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

ATTENTES EN TERMES DE SOUTIEN (1/2)



Q13. Quelles seraient vos attentes en matière de soutien fourni par un organisme offrant des programmes de mobilité? Classez les éléments suivants en ordre d'importance, où 1 correspond à l'élément le plus important, 2 le second élément le plus important, et ainsi de suite.

Base: Tous les répondants (n=1 000)

* Note d'interprétation: Le "TOP 3" représente la proportion de répondants ayant sélectionné l'énoncé en question parmi leurs trois premières raisons. La même logique s'applique au TOP 1 (première raison). Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

ATTENTES EN TERMES DE SOUTIEN (2/2)

TOP 3	Total	Intérêt pour les programmes de mobilité							Territoires d'intérêt pour programme		
		Stage	Étude	Entreprene- uriat	Engagement citoyen	Recherche	Projets artistiques	Projets sportifs	Québec	Canada	International
	n= 1 000	608	518	472	426	444	500	444	478	426	489
Soutien financier (bourses, subventions)	49%	52%	51%	51%	49%	49%	50%	47%	48%	51%	58%
Hébergement et logistique	41%	45%	46%	40%	42%	44%	43%	42%	37%	48%	50%
Assistance pour les démarches administratives (visas, permis)	32%	35%	37%	31%	37%	34%	34%	32%	28%	36%	41%
Suivi pendant la mobilité (accompagnement, mentorat)	27%	29%	28%	29%	30%	31%	29%	31%	30%	26%	24%
Soutien d'une personne-ressource du programme dans la ville d'accueil	24%	25%	25%	23%	25%	23%	22%	27%	25%	28%	25%
Information sur les possibilités de programmes	24%	25%	24%	29%	26%	28%	26%	28%	27%	27%	24%
Préparation pré-mandat et formation	17%	18%	18%	20%	21%	20%	19%	19%	19%	18%	15%
Accès à des réseaux locaux (contacts professionnels ou sociaux)	16%	17%	17%	20%	19%	20%	18%	18%	16%	17%	16%
Orientation culturelle et linguistique avant le départ	16%	16%	18%	18%	18%	18%	18%	18%	17%	16%	14%
Autre	1%	1%	1%	1%	0%	1%	1%	1%	1%	1%	0%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	12%	8%	7%	7%	6%	6%	8%	7%	10%	6%	7%

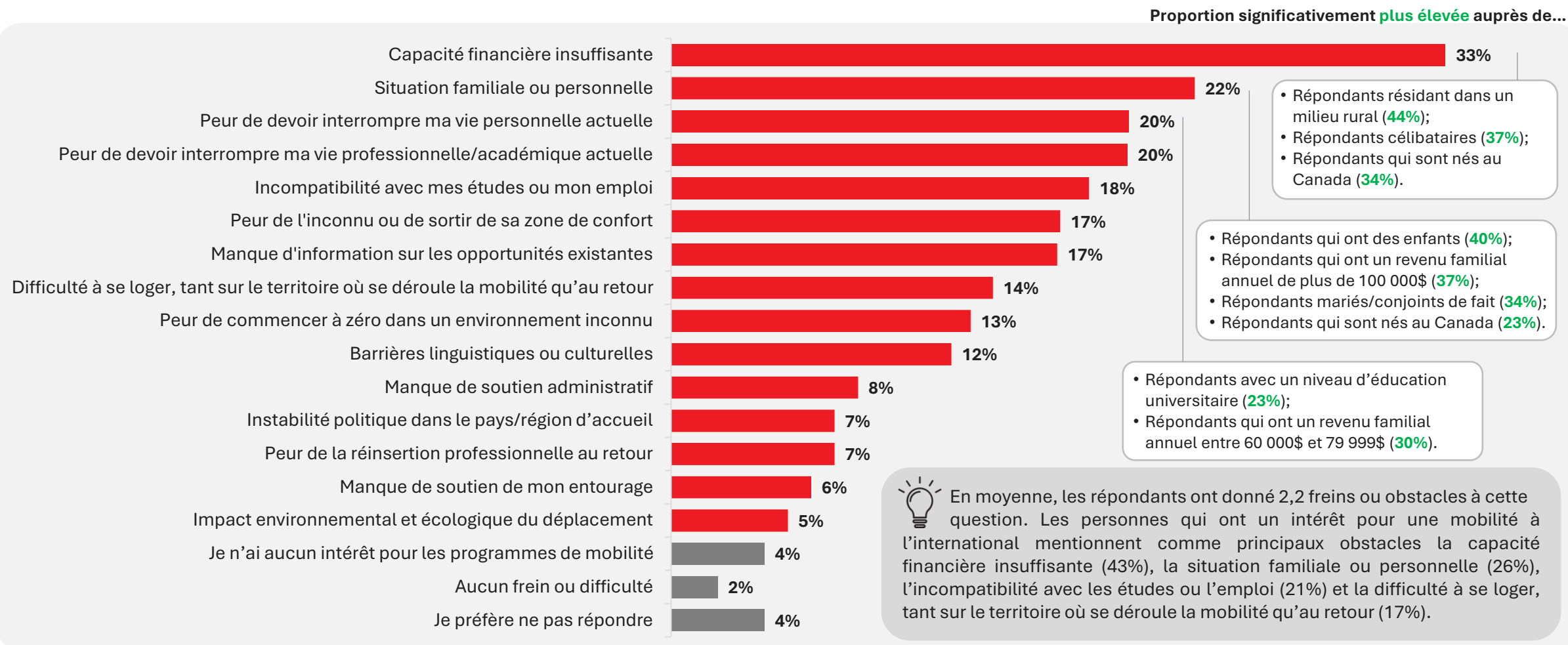
Q13. Quelles seraient vos attentes en matière de soutien fourni par un organisme offrant des programmes de mobilité? Classez les éléments suivants en ordre d'importance, où 1 correspond à l'élément le plus important, 2 le second élément le plus important, et ainsi de suite.

Base: Tous les répondants (n=1 000)

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

** Pour chaque type de programme, le pourcentage de personnes intéressées est comparé à celui des personnes ne manifestant pas d'intérêt pour ce type de mobilité.

FREINS ET OBSTACLES À LA RÉALISATION D'UNE MOBILITÉ (1/4)



Q14. Quels freins ou difficultés vous empêcheraient actuellement de participer à un programme de mobilité? Sélectionnez jusqu'à 3 réponses.

Base: Tous les répondants (n=1 000)

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

FREINS ET OBSTACLES À LA RÉALISATION D'UNE MOBILITÉ (2/4)

	Total	Genre		Âge				Occupation			Incapacité	
		Homme	Femme	16-18	19-22	23-26	27-35	Travailleur	Étudiant	Autre	Oui	Non
n=	1 000	504	494	110	150	220	520	693	237	70	81	884
Capacité financière insuffisante	33%	30%	37%	40%	36%	27%	33%	30%	43%	31%	27%	34%
Situation familiale ou personnelle	22%	19%	26%	13%	13%	16%	31%	26%	13%	25%	17%	24%
Peur de devoir interrompre ma vie personnelle actuelle	20%	19%	20%	13%	21%	16%	23%	22%	14%	15%	14%	20%
Peur de devoir interrompre ma vie professionnelle/académique actuelle	20%	18%	21%	23%	18%	22%	18%	20%	21%	10%	18%	20%
Incompatibilité avec mes études ou mon emploi	18%	15%	21%	13%	22%	19%	17%	18%	20%	6%	14%	19%
Peur de l'inconnu ou de sortir de sa zone de confort	17%	12%	21%	18%	20%	21%	13%	15%	19%	19%	25%	16%
Manque d'information sur les opportunités existantes	17%	16%	17%	25%	16%	17%	14%	16%	19%	15%	18%	16%
Difficulté à se loger, tant sur le territoire où se déroule la mobilité qu'au retour	14%	14%	14%	17%	18%	15%	11%	10%	23%	13%	20%	13%
Peur de commencer à zéro dans un environnement inconnu	13%	13%	12%	12%	16%	12%	13%	12%	13%	18%	23%	12%
Barrières linguistiques ou culturelles	12%	14%	10%	13%	14%	12%	11%	11%	14%	14%	12%	12%
Manque de soutien administratif	8%	9%	7%	7%	10%	6%	8%	8%	7%	7%	2%	8%
Instabilité politique dans le pays/région d'accueil	7%	9%	5%	4%	11%	9%	6%	7%	9%	2%	15%	6%
Peur de la réinsertion professionnelle au retour	7%	8%	6%	3%	6%	9%	7%	8%	4%	6%	10%	7%
Manque de soutien de mon entourage	6%	7%	5%	7%	6%	4%	6%	6%	5%	3%	4%	6%
Impact environnemental et écologique du déplacement	5%	8%	3%	5%	5%	5%	5%	6%	4%	6%	10%	5%
Je n'ai aucun intérêt pour les programmes de mobilité	4%	6%	3%	7%	3%	2%	5%	5%	2%	3%	1%	4%
Aucun frein ou difficulté	2%	3%	2%	3%	1%	3%	2%	2%	2%	4%	0%	2%
Je préfère ne pas répondre	4%	5%	3%	4%	4%	6%	3%	3%	4%	11%	5%	4%

Q14. Quels freins ou difficultés vous empêcheraient actuellement de participer à un programme de mobilité? Sélectionnez jusqu'à 3 réponses.

Base: Tous les répondants (n=1 000)

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

FREINS ET OBSTACLES À LA RÉALISATION D'UNE MOBILITÉ (3/4)

	Total	Participation mobilité		Intérêt pour les programmes de mobilité						
		Oui	Non	Stage	Étude	Entrepre- neurariat	Engagement citoyen	Recherche	Projets artistiques	Projets sportifs
n=	1 000	305	695	608	518	472	426	444	500	444
Capacité financière insuffisante	33%	39%	31%	39%	40%	34%	38%	35%	38%	32%
Situation familiale ou personnelle	22%	20%	24%	22%	20%	20%	21%	22%	22%	21%
Peur de devoir interrompre ma vie personnelle actuelle	20%	24%	18%	19%	19%	19%	18%	20%	20%	21%
Peur de devoir interrompre ma vie professionnelle/académique actuelle	20%	24%	17%	22%	22%	21%	24%	24%	20%	22%
Incompatibilité avec mes études ou mon emploi	18%	17%	18%	19%	18%	18%	18%	20%	18%	18%
Peur de l'inconnu ou de sortir de sa zone de confort	17%	13%	18%	17%	18%	13%	14%	14%	18%	16%
Manque d'information sur les opportunités existantes	17%	17%	16%	20%	19%	20%	20%	19%	18%	18%
Difficulté à se loger, tant sur le territoire où se déroule la mobilité qu'au retour	14%	18%	12%	15%	17%	14%	17%	15%	17%	15%
Peur de commencer à zéro dans un environnement inconnu	13%	12%	13%	12%	11%	12%	14%	12%	12%	11%
Barrières linguistiques ou culturelles	12%	13%	11%	13%	14%	14%	13%	14%	15%	14%
Manque de soutien administratif	8%	8%	7%	9%	10%	9%	9%	10%	9%	9%
Instabilité politique dans le pays/région d'accueil	7%	10%	6%	8%	9%	9%	8%	8%	8%	10%
Peur de la réinsertion professionnelle au retour	7%	11%	5%	8%	7%	9%	8%	9%	9%	7%
Manque de soutien de mon entourage	6%	4%	6%	6%	7%	6%	7%	8%	6%	7%
Impact environnemental et écologique du déplacement	5%	6%	5%	7%	7%	7%	7%	7%	7%	6%
Je n'ai aucun intérêt pour les programmes de mobilité	4%	2%	5%	2%	1%	2%	1%	1%	2%	4%
Aucun frein ou difficulté	2%	1%	3%	2%	2%	3%	3%	2%	2%	3%
Je préfère ne pas répondre	4%	1%	5%	3%	2%	2%	1%	1%	1%	2%

Q14. Quels freins ou difficultés vous empêcheraient actuellement de participer à un programme de mobilité? Sélectionnez jusqu'à 3 réponses.

Base: Tous les répondants (n=1 000)

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

FREINS ET OBSTACLES À LA RÉALISATION D’UNE MOBILITÉ (4/4)

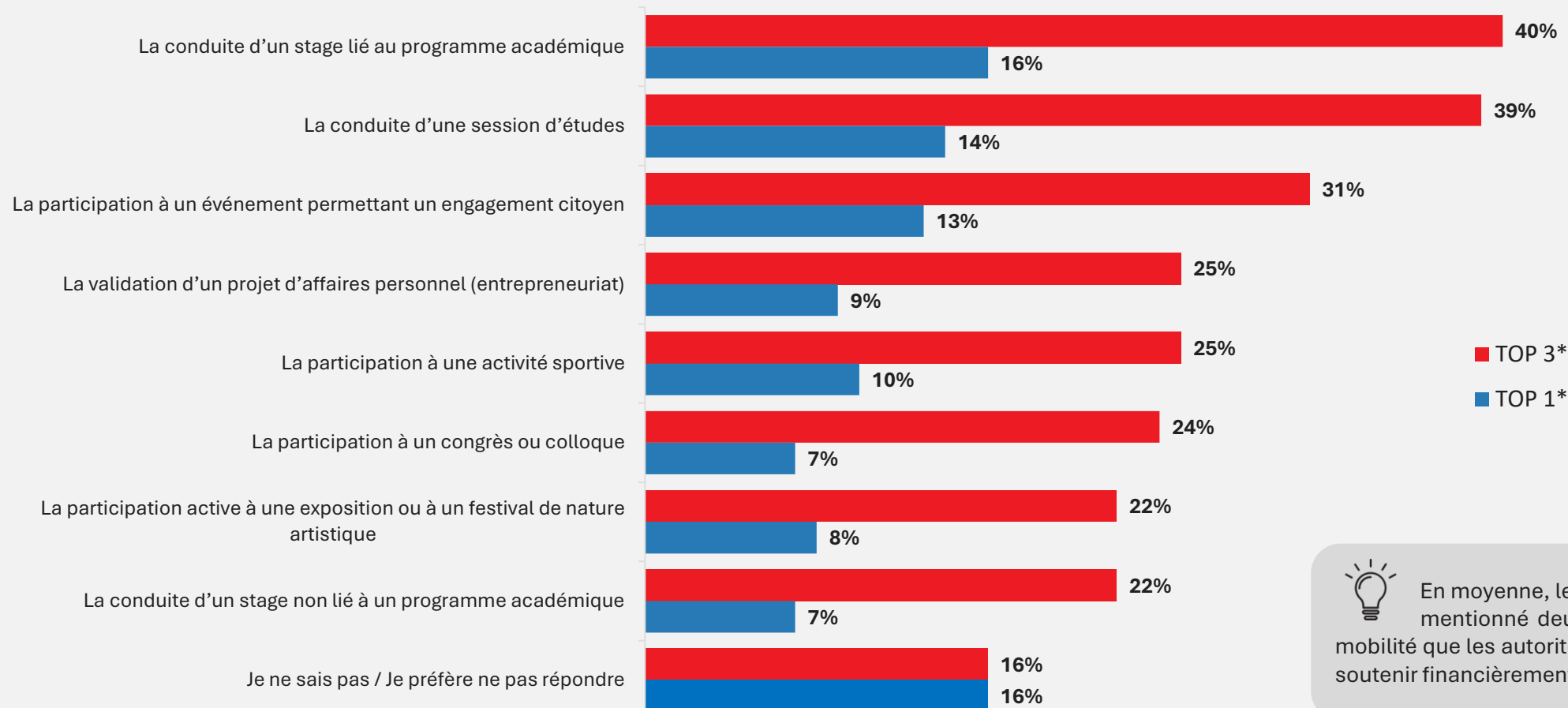
	Total	Segment					Probabilité	
		Les Zoptimistes	Les DéZillusionnées	Les Milléniaux conventionnels	Les Milléniales tourmentées	Les Désintéressés	Oui	Non
n=	1 000	240	143	232	351	34	421	579
Capacité financière insuffisante	33%	30%	38%	26%	38%	32%	37%	30%
Situation familiale ou personnelle	22%	14%	16%	22%	33%	9%	18%	26%
Peur de devoir interrompre ma vie personnelle actuelle	20%	20%	19%	15%	24%	6%	18%	21%
Peur de devoir interrompre ma vie professionnelle/académique actuelle	20%	22%	22%	15%	21%	7%	24%	16%
Incompatibilité avec mes études ou mon emploi	18%	17%	23%	15%	19%	6%	18%	18%
Peur de l'inconnu ou de sortir de sa zone de confort	17%	19%	18%	11%	19%	10%	16%	17%
Manque d'information sur les opportunités existantes	17%	19%	19%	12%	17%	10%	19%	15%
Difficulté à se loger, tant sur le territoire où se déroule la mobilité qu’au retour	14%	15%	17%	13%	13%	7%	19%	10%
Peur de commencer à zéro dans un environnement inconnu	13%	12%	12%	12%	15%	6%	12%	13%
Barrières linguistiques ou culturelles	12%	15%	13%	13%	9%	12%	13%	11%
Manque de soutien administratif	8%	9%	9%	6%	7%	3%	9%	6%
Instabilité politique dans le pays/région d’accueil	7%	10%	6%	8%	5%	0%	10%	5%
Peur de la réinsertion professionnelle au retour	7%	12%	8%	5%	4%	2%	8%	6%
Manque de soutien de mon entourage	6%	5%	9%	6%	5%	6%	6%	6%
Impact environnemental et écologique du déplacement	5%	7%	10%	4%	3%	3%	8%	3%
Je n’ai aucun intérêt pour les programmes de mobilité	4%	3%	1%	9%	3%	2%	1%	7%
Aucun frein ou difficulté	2%	3%	2%	3%	1%	6%	3%	2%
Je préfère ne pas répondre	4%	1%	2%	5%	4%	30%	2%	5%

Q14. Quels freins ou difficultés vous empêcheraient actuellement de participer à un programme de mobilité? Sélectionnez jusqu’à 3 réponses.

Base: Tous les répondants (n=1 000)

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d’une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

PRIORITÉS DE SOUTIEN FINANCIER (1/3)



En moyenne, les répondants ont mentionné deux types de projets de mobilité que les autorités publiques devraient soutenir financièrement en priorité.

Q19. Selon vous, quels types de projets de mobilité les autorités publiques devraient soutenir financièrement en priorité ? Veuillez classer jusqu'à 3 réponses de la plus prioritaire (1) à la moins prioritaire (3).

Base: Tous les répondants (n=1 000)

* Note d'interprétation: Le "TOP 3" représente la proportion de répondants ayant sélectionné l'énoncé en question parmi leurs trois premières raisons. La même logique s'applique au TOP 1 (première raison). Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

PRIORITÉS DE SOUTIEN FINANCIER (2/3)

TOP 3	Total	Genre		Âge				Occupation		
		Homme	Femme	16-18	19-22	23-26	27-35	Travailleur	Étudiant	Autre
n=	1000	504	494	110	150	220	520	693	237	70
La conduite d'un stage lié au programme académique	40%	38%	42%	54%	42%	39%	35%	36%	53%	19%
La conduite d'une session d'études	39%	38%	39%	54%	38%	42%	32%	36%	48%	23%
La participation à un événement permettant un engagement citoyen	31%	30%	33%	34%	28%	30%	33%	31%	34%	28%
La validation d'un projet d'affaires personnel (entrepreneuriat)	25%	28%	23%	25%	25%	26%	25%	26%	24%	27%
La participation à une activité sportive	25%	29%	21%	32%	28%	21%	25%	26%	26%	20%
La participation à un congrès ou colloque	24%	23%	24%	16%	21%	27%	26%	25%	22%	17%
La participation active à une exposition ou à un festival de nature artistique	22%	25%	18%	22%	26%	18%	23%	22%	18%	33%
La conduite d'un stage non lié à un programme académique	22%	22%	21%	13%	29%	29%	18%	23%	21%	16%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	16%	16%	16%	12%	11%	16%	19%	16%	13%	28%

Q19. Selon vous, quels types de projets de mobilité les autorités publiques devraient soutenir financièrement en priorité ? Veuillez classer jusqu'à 3 réponses de la plus prioritaire (1) à la moins prioritaire (3).

Base: Tous les répondants (n=1 000)

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

PRIORITÉS DE SOUTIEN FINANCIER (3/3)



De plus, les Zoptimistes sont significativement plus nombreux à considérer que la conduite d’une session d’études devrait être soutenue financièrement en priorité par les autorités publiques (47%).

TOP 3	Total	Participation mobilité		Intérêt pour les programmes mobilité						
		Oui	Non	Stage	Étude	Entrepreneu riat	Engagement citoyen	Recherche	Projets artistiques	Projets sportifs
n=	1000	305	695	608	518	472	426	444	500	444
La conduite d’un stage lié au programme académique	40%	52%	34%	48%	46%	40%	44%	44%	41%	41%
La conduite d’une session d’études	39%	50%	34%	43%	45%	41%	41%	44%	41%	44%
La participation à un événement permettant un engagement citoyen	31%	35%	30%	32%	34%	31%	41%	34%	36%	30%
La validation d’un projet d’affaires personnel (entrepreneuriat)	25%	25%	26%	26%	26%	36%	28%	29%	26%	29%
La participation à une activité sportive	25%	25%	25%	27%	26%	29%	23%	24%	26%	37%
La participation à un congrès ou colloque	24%	28%	22%	25%	26%	25%	29%	32%	25%	23%
La participation active à une exposition ou à un festival de nature artistique	22%	25%	20%	24%	23%	25%	29%	22%	30%	23%
La conduite d’un stage non lié à un programme académique	22%	23%	21%	24%	26%	27%	23%	23%	24%	25%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	16%	8%	20%	11%	9%	9%	8%	9%	11%	9%

Q19. Selon vous, quels types de projets de mobilité les autorités publiques devraient soutenir financièrement en priorité ? Veuillez classer jusqu’à 3 réponses de la plus prioritaire (1) à la moins prioritaire (3).

Base: Tous les répondants (n=1 000)

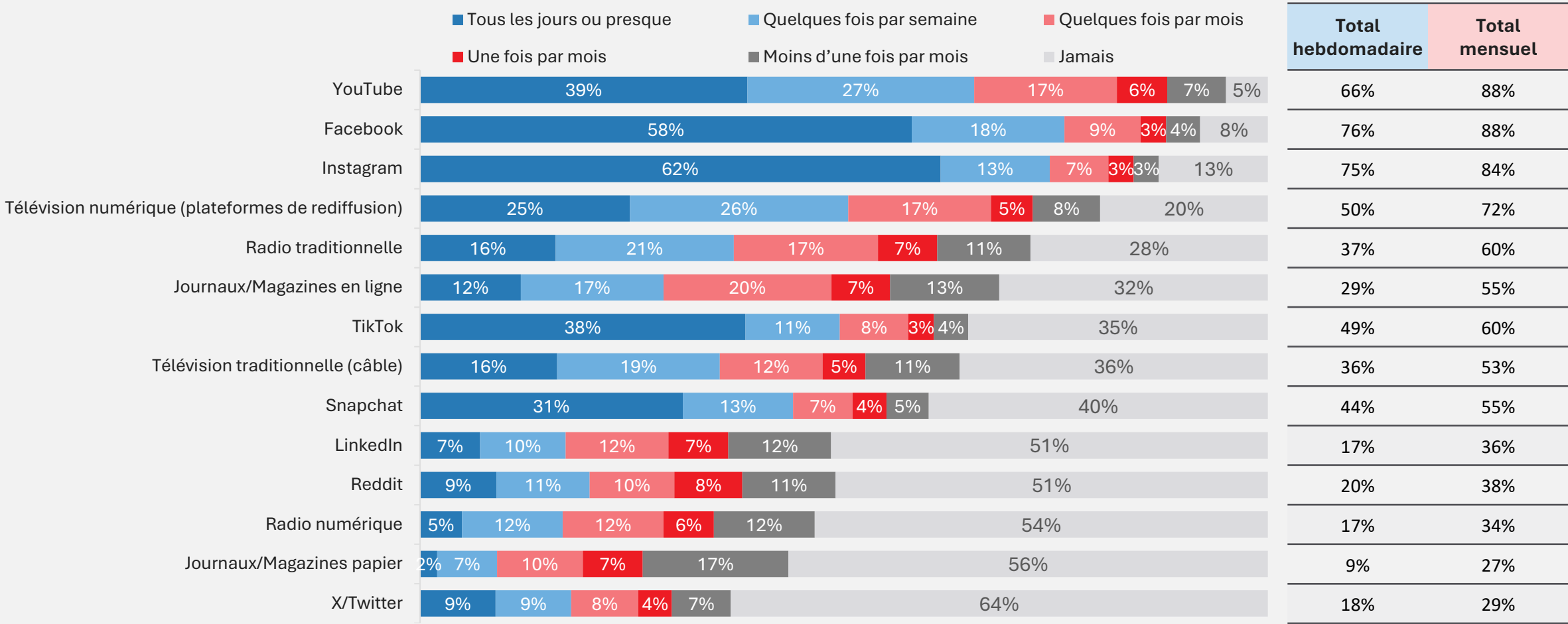
*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d’une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

3.7



Habitudes média

HABITUDES DE CONSOMMATION DE MÉDIAS (1/5)



Q1. Dans quelle mesure consultez-vous les médias suivants?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

Note: Total hebdomadaire = Tous les jours ou presque + Quelques fois par semaine / Total mensuel = Total hebdomadaire + Quelques fois par mois + Une fois par mois

HABITUDES DE CONSOMMATION DE MÉDIAS (2/5)

Hebdomadaire	Total	Genre		Âge				Milieu			
		Homme	Femme	16-18	19-22	23-26	27-35	Urbain	Suburbain	Petite/Moyenne ville	Rural
n=	1 000	504	494	110	150	220	520	335	331	190	136
Facebook	76%	70%	81%	50%	70%	74%	86%	73%	72%	82%	89%
Instagram	75%	64%	85%	79%	79%	78%	70%	75%	80%	68%	67%
YouTube	66%	76%	55%	65%	69%	65%	66%	70%	68%	61%	58%
Télévision numérique (plateformes de rediffusion)	50%	50%	51%	56%	42%	48%	53%	50%	52%	48%	50%
TikTok	49%	40%	59%	72%	60%	54%	37%	43%	55%	47%	53%
Snapchat	44%	37%	51%	61%	59%	52%	31%	35%	48%	48%	51%
Radio traditionnelle	37%	36%	38%	36%	23%	32%	44%	30%	39%	43%	44%
Télévision traditionnelle (câble)	36%	36%	36%	40%	36%	34%	35%	31%	37%	35%	44%
Journaux/Magazines en ligne	29%	36%	21%	18%	23%	25%	36%	35%	29%	22%	24%
Reddit	20%	29%	11%	8%	16%	23%	24%	26%	21%	16%	8%
X/Twitter	18%	30%	5%	16%	16%	21%	17%	24%	16%	13%	11%
LinkedIn	17%	19%	14%	4%	14%	17%	22%	21%	20%	10%	7%
Radio numérique	17%	21%	13%	13%	8%	15%	21%	17%	19%	14%	14%
Journaux/Magazines papier	9%	14%	5%	11%	8%	11%	8%	12%	10%	7%	6%

Q1. Dans quelle mesure consultez-vous les médias suivants?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

Note: Total hebdomadaire = Tous les jours ou presque + Quelques fois par semaine / Total mensuel = Total hebdomadaire + Quelques fois par mois + Une fois par mois

HABITUDES DE CONSOMMATION DE MÉDIAS (3/5)

Hebdomadaire	Total	Segment					Probabilité	
		Les Zoptimistes	Les DéZillusionnées	Les Milléniaux conventionnels	Les Milléniales tourmentées	Les Désintéressés	Oui	Non
n=	1 000	240	143	232	351	34	421	579
Facebook	76%	72%	76%	73%	84%	48%	70%	81%
Instagram	75%	75%	82%	67%	78%	52%	78%	72%
YouTube	66%	65%	65%	76%	61%	68%	69%	64%
Télévision numérique (plateformes de rediffusion)	50%	46%	47%	50%	56%	40%	46%	53%
TikTok	49%	49%	57%	39%	54%	40%	52%	47%
Snapchat	44%	49%	41%	36%	48%	29%	48%	41%
Radio traditionnelle	37%	34%	33%	36%	42%	33%	35%	39%
Télévision traditionnelle (câble)	36%	33%	31%	37%	39%	42%	35%	36%
Journaux/Magazines en ligne	29%	29%	32%	33%	26%	25%	31%	28%
Reddit	20%	18%	28%	23%	17%	10%	22%	19%
X/Twitter	18%	13%	27%	27%	11%	18%	21%	15%
LinkedIn	17%	16%	20%	19%	15%	9%	20%	15%
Radio numérique	17%	13%	25%	16%	15%	21%	17%	17%
Journaux/Magazines papier	9%	12%	12%	13%	4%	14%	13%	7%

Q1. Dans quelle mesure consultez-vous les médias suivants?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

Note: Total hebdomadaire = Tous les jours ou presque + Quelques fois par semaine / Total mensuel = Total hebdomadaire + Quelques fois par mois + Une fois par mois

HABITUDES DE CONSOMMATION DE MÉDIAS (4/5)

Mensuel	Total	Genre		Âge				Milieu			
		Homme	Femme	16-18	19-22	23-26	27-35	Urbain	Suburbain	Petite/Moyenne ville	Rural
n=	1 000	504	494	110	150	220	520	335	331	190	136
YouTube	88%	94%	83%	91%	87%	88%	89%	89%	91%	86%	83%
Facebook	88%	85%	92%	72%	88%	89%	93%	87%	86%	90%	95%
Instagram	84%	78%	90%	86%	89%	87%	80%	86%	85%	81%	80%
Télévision numérique (plateformes de rediffusion)	72%	71%	73%	77%	66%	70%	74%	70%	75%	71%	72%
Radio traditionnelle	60%	64%	57%	62%	51%	52%	67%	52%	63%	69%	66%
TikTok	60%	55%	66%	83%	68%	64%	50%	54%	66%	59%	65%
Journaux/Magazines en ligne	55%	62%	49%	42%	49%	53%	62%	62%	53%	53%	49%
Snapchat	55%	52%	59%	69%	71%	63%	42%	49%	58%	57%	60%
Télévision traditionnelle (câble)	53%	56%	50%	61%	58%	54%	49%	47%	60%	52%	54%
Reddit	38%	50%	25%	24%	40%	41%	40%	47%	40%	30%	18%
LinkedIn	36%	42%	30%	13%	35%	39%	42%	46%	40%	23%	18%
Radio numérique	34%	42%	27%	35%	32%	29%	37%	35%	36%	32%	31%
X/Twitter	29%	47%	10%	30%	34%	33%	25%	35%	32%	21%	15%
Journaux/Magazines papier	27%	36%	18%	25%	25%	30%	26%	29%	28%	25%	20%

Q1. Dans quelle mesure consultez-vous les médias suivants?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

Note: Total hebdomadaire = Tous les jours ou presque + Quelques fois par semaine / Total mensuel = Total hebdomadaire + Quelques fois par mois + Une fois par mois

HABITUDES DE CONSOMMATION DE MÉDIAS (5/5)

Mensuel	Total	Segment					Probabilité	
		Les Zoptimistes	Les DéZillusionnées	Les Milléniaux conventionnels	Les Milléniales tourmentées	Les Désintéressés	Oui	Non
n=	1 000	240	143	232	351	34	421	579
YouTube	88%	89%	91%	92%	86%	72%	91%	87%
Facebook	88%	88%	94%	85%	90%	67%	86%	90%
Instagram	84%	85%	93%	78%	85%	61%	89%	80%
Télévision numérique (plateformes de rediffusion)	72%	74%	68%	68%	78%	42%	74%	70%
Radio traditionnelle	60%	59%	59%	61%	63%	45%	60%	61%
TikTok	60%	60%	68%	53%	63%	53%	63%	58%
Journaux/Magazines en ligne	55%	59%	67%	52%	51%	40%	60%	52%
Snapchat	55%	60%	59%	47%	57%	38%	61%	51%
Télévision traditionnelle (câble)	53%	50%	48%	56%	56%	47%	54%	52%
Reddit	38%	34%	56%	43%	32%	20%	43%	34%
LinkedIn	36%	34%	51%	38%	31%	28%	43%	31%
Radio numérique	34%	32%	46%	38%	29%	32%	39%	31%
X/Twitter	29%	24%	40%	44%	18%	22%	34%	25%
Journaux/Magazines papier	27%	28%	38%	33%	18%	20%	33%	22%

Q1. Dans quelle mesure consultez-vous les médias suivants?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

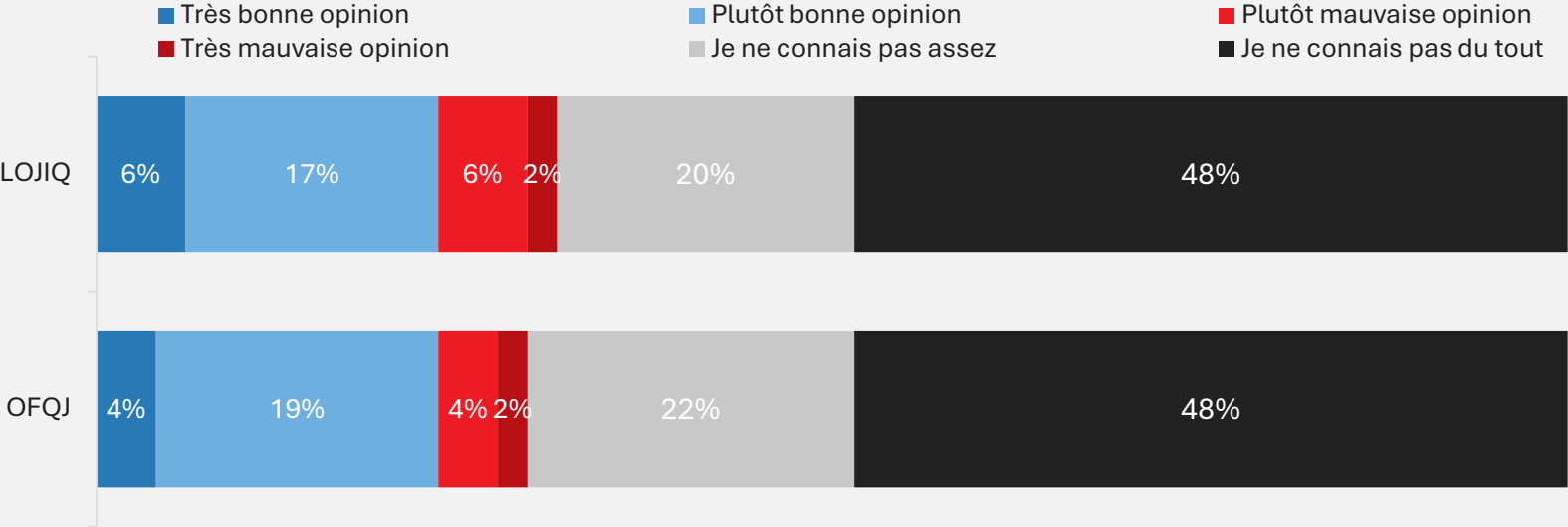
Note: Total hebdomadaire = Tous les jours ou presque + Quelques fois par semaine / Total mensuel = Total hebdomadaire + Quelques fois par mois + Une fois par mois

3.8

Perceptions et Opinions à
l'égard de LOJIQ et l'OFQJ



NOTORIÉTÉ ET OPINIONS DE LOIQ / OFQJ (1/5)



Total Notoriété	Total Bonne opinion	Total Mauvaise opinion
52%	24%	8%
52%	23%	7%

Q20. Dans quelle mesure avez-vous une bonne ou mauvaise opinion de...

- LOIQ (Les Offices jeunesse internationaux du Québec) ?
- OFQJ (Office franco-québécois pour la jeunesse) ?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

NOTORIÉTÉ ET OPINIONS DE LOJIQ (2/5)

LOJIQ	Total	Genre		Né(e) au Canada		Incapacité		Langue			Probabilité	
		Homme	Femme	Oui	Non	Oui	Non	Français	Anglais	Autre	Oui	Non
n=	1 000	504	494	880	108	81	884	857	104	39	421	579
Total Connais	52%	58%	46%	50%	66%	79%	50%	50%	66%	49%	61%	45%
Total A une opinion	32%	39%	25%	29%	49%	69%	29%	30%	51%	29%	42%	24%
Total Bonne opinion	24%	27%	21%	22%	34%	51%	22%	23%	34%	24%	33%	17%
Très bonne opinion	6%	8%	5%	6%	8%	16%	6%	6%	9%	13%	10%	4%
Plutôt bonne opinion	17%	19%	16%	16%	26%	35%	16%	17%	25%	12%	23%	13%
Total Mauvaise opinion	8%	12%	4%	7%	15%	18%	7%	7%	17%	4%	9%	7%
Plutôt mauvaise opinion	6%	8%	3%	5%	10%	14%	5%	5%	13%	2%	6%	6%
Très mauvaise opinion	2%	4%	1%	2%	5%	4%	2%	2%	4%	2%	3%	1%
Je ne connais pas assez pour avoir une opinion	20%	19%	22%	21%	17%	10%	21%	21%	15%	20%	19%	21%
Je ne connais pas du tout	48%	42%	54%	50%	34%	21%	50%	50%	34%	51%	39%	55%

Q20. Dans quelle mesure avez-vous une bonne ou mauvaise opinion de...

- LOJIQ (Les Offices jeunesse internationaux du Québec) ?
- OFQJ (Office franco-québécois pour la jeunesse) ?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

NOTORIÉTÉ ET OPINIONS DE LOJIQ (3/5)



Concernant LOJIQ, les DéZillusionnées (34%), les hommes (27%), les personnes nées à l'étranger (34%), celles vivant avec une incapacité (51%) ainsi que les répondants anglophones (34%) sont significativement plus nombreux à connaître LOJIQ et à en avoir une opinion favorable. De même, ceux ayant déjà participé à une expérience de mobilité (36%) ou manifestant un intérêt pour ces programmes (voir tableau ci-bas) sont également plus enclins à connaître LOJIQ et à en avoir une bonne perception. Enfin, les Zoptimistes se distinguent par une proportion significativement plus élevée (29%) ayant une opinion positive de LOJIQ.

LOJIQ	Total	Participation à mobilité		Intérêt pour les programmes de mobilité						
		Oui	Non	Stage	Étude	Entrepreneuriat	Engagement citoyen	Recherche	Projets artistiques	Projets sportifs
n=	1 000	305	695	608	518	472	426	444	500	444
Total Connais	52%	62%	48%	57%	59%	63%	62%	63%	60%	60%
Total A une opinion	32%	46%	26%	36%	38%	43%	43%	43%	39%	41%
Total Bonne opinion	24%	36%	18%	28%	31%	35%	35%	33%	32%	33%
Très bonne opinion	6%	13%	4%	8%	10%	9%	11%	9%	9%	10%
Plutôt bonne opinion	17%	24%	15%	20%	21%	26%	24%	24%	23%	23%
Total Mauvaise opinion	8%	9%	7%	8%	8%	8%	8%	10%	7%	9%
Plutôt mauvaise opinion	6%	7%	5%	6%	5%	5%	6%	8%	5%	7%
Très mauvaise opinion	2%	2%	2%	2%	2%	3%	2%	2%	2%	2%
Je ne connais pas assez pour avoir une opinion	20%	16%	22%	21%	21%	20%	20%	20%	21%	19%
Je ne connais pas du tout	48%	38%	52%	43%	41%	37%	38%	37%	40%	40%

Q20. Dans quelle mesure avez-vous une bonne ou mauvaise opinion de...

- LOJIQ (Les Offices jeunesse internationaux du Québec) ?
- OFQJ (Office franco-québécois pour la jeunesse) ?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

NOTORIÉTÉ ET OPINIONS DE OFQJ (4/5)

OFQJ	Total	Genre		Né(e) au Canada		Incapacité		Langue			Probabilité	
		Homme	Femme	Oui	Non	Oui	Non	Français	Anglais	Autre	Oui	Non
n=	1 000	504	494	880	108	81	884	857	104	39	421	579
Total Connais	52%	57%	47%	50%	62%	79%	49%	50%	68%	46%	60%	45%
Total A une opinion	30%	37%	23%	27%	48%	69%	27%	28%	50%	28%	39%	23%
Total Bonne opinion	23%	27%	20%	21%	40%	45%	22%	22%	33%	20%	32%	17%
Très bonne opinion	4%	6%	3%	4%	9%	13%	4%	4%	7%	2%	6%	3%
Plutôt bonne opinion	19%	21%	17%	17%	31%	33%	18%	18%	26%	18%	25%	14%
Total Mauvaise opinion	7%	10%	3%	6%	9%	24%	5%	5%	17%	8%	7%	6%
Plutôt mauvaise opinion	4%	7%	2%	4%	4%	21%	3%	4%	7%	4%	6%	3%
Très mauvaise opinion	2%	3%	1%	2%	5%	3%	2%	1%	9%	4%	2%	3%
Je ne connais pas assez pour avoir une opinion	22%	20%	24%	23%	14%	9%	23%	22%	18%	18%	21%	22%
Je ne connais pas du tout	48%	43%	53%	50%	38%	21%	51%	50%	32%	54%	40%	55%

Q20. Dans quelle mesure avez-vous une bonne ou mauvaise opinion de...

- LOJIQ (Les Offices jeunesse internationaux du Québec) ?
- OFQJ (Office franco-québécois pour la jeunesse) ?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

NOTORIÉTÉ ET OPINIONS DE OFQJ (5/5)

 Similairement, en ce qui concerne l’OFQJ, les DéZillusionnées (38%), les hommes (27%), les travailleurs (25%), les personnes nées à l’étranger (40%), celles vivant avec une incapacité (45%) ainsi que les répondants anglophones (33%) sont significativement plus nombreux à connaître l’OFQJ et à en avoir une opinion favorable. De même, ceux ayant déjà participé à une expérience de mobilité (30%) ou manifestant un intérêt pour ces programmes (voir tableau ci-bas) sont également plus enclins à connaître l’OFQJ et à en avoir une bonne perception.

OFQJ	Total	Participation à mobilité		Intérêt pour les programmes de mobilité						
		Oui	Non	Stage	Étude	Entrepre- neuriat	Engagement citoyen	Recherche	Projets artistiques	Projets sportifs
n=	1 000	305	695	608	518	472	426	444	500	444
Total Connais	52%	60%	48%	57%	58%	63%	62%	62%	59%	59%
Total A une opinion	30%	41%	25%	34%	36%	41%	41%	41%	36%	38%
Total Bonne opinion	23%	30%	21%	28%	29%	35%	35%	31%	30%	31%
Très bonne opinion	4%	7%	3%	6%	7%	7%	8%	7%	6%	7%
Plutôt bonne opinion	19%	23%	17%	22%	23%	28%	28%	24%	24%	24%
Total Mauvaise opinion	7%	11%	5%	6%	7%	7%	6%	9%	6%	7%
Plutôt mauvaise opinion	4%	6%	4%	4%	5%	5%	4%	6%	4%	5%
Très mauvaise opinion	2%	4%	1%	2%	2%	2%	2%	3%	2%	2%
Je ne connais pas assez pour avoir une opinion	22%	19%	23%	23%	22%	21%	21%	22%	23%	21%
Je ne connais pas du tout	48%	40%	52%	43%	42%	37%	38%	38%	41%	41%

- Q20. Dans quelle mesure avez-vous une bonne ou mauvaise opinion de...
- LOJIQ (Les Offices jeunesse internationaux du Québec) ?
 - OFQJ (Office franco-québécois pour la jeunesse) ?

Base: Tous les répondants (n=1 000)

CONNAISSANCE DE LA MISSION DE LOJIQ / OFQJ

 Les services proposés sont de soutenir financièrement et accompagner les jeunes Québécois-es dans leurs projets de mobilité, d’offrir des projets clés en main de mobilité, incluant des opportunités de stages à l’étranger et de contribuer au rapprochement des jeunes française et québécoise par des programmes de mobilité. En moyenne, les répondants ont eu 2,9 bonnes réponses pour LOJIQ, contre 3,2 bonnes réponses pour l’OFQJ. Concernant LOJIQ, 99% des répondants ont identifié au moins un service correctement, 92% en ont reconnu au moins deux et 77% en ont trouvé trois. Pour l’OFQJ, la totalité des répondants (100%) a donné au moins une bonne réponse, tandis que 96% en ont trouvé deux et 86% ont correctement identifié trois services.



	LOJIQ	OFQJ	Aucun des deux	Je ne sais pas
Offrir des programmes d’échange scolaire/ académique à l’étranger	38%	29%	10%	36%
Organiser des séjours culturels et d’immersion à l’étranger	36%	27%	8%	39%
Soutenir financièrement et accompagner les jeunes Québécois.es dans leurs projets de mobilité	34%	35%	7%	37%
Offrir des projets clés en main de mobilité, incluant des opportunités de stages à l’étranger	34%	29%	9%	42%
Organiser des séjours touristiques à l’étranger	31%	28%	12%	38%
Contribuer au rapprochement des jeunes française et québécoise par des programmes de mobilité	26%	40%	9%	37%
Organiser des séjours touristiques à l’étranger	31%	28%	12%	38%
Contribuer au rapprochement des jeunes française et québécoise par des programmes de mobilité	26%	40%	9%	37%

Q21. Selon vous, quels sont les services proposés par LOJIQ (Les Offices jeunesse internationaux du Québec) et par l’OFQJ (Office franco-québécois pour la jeunesse)?

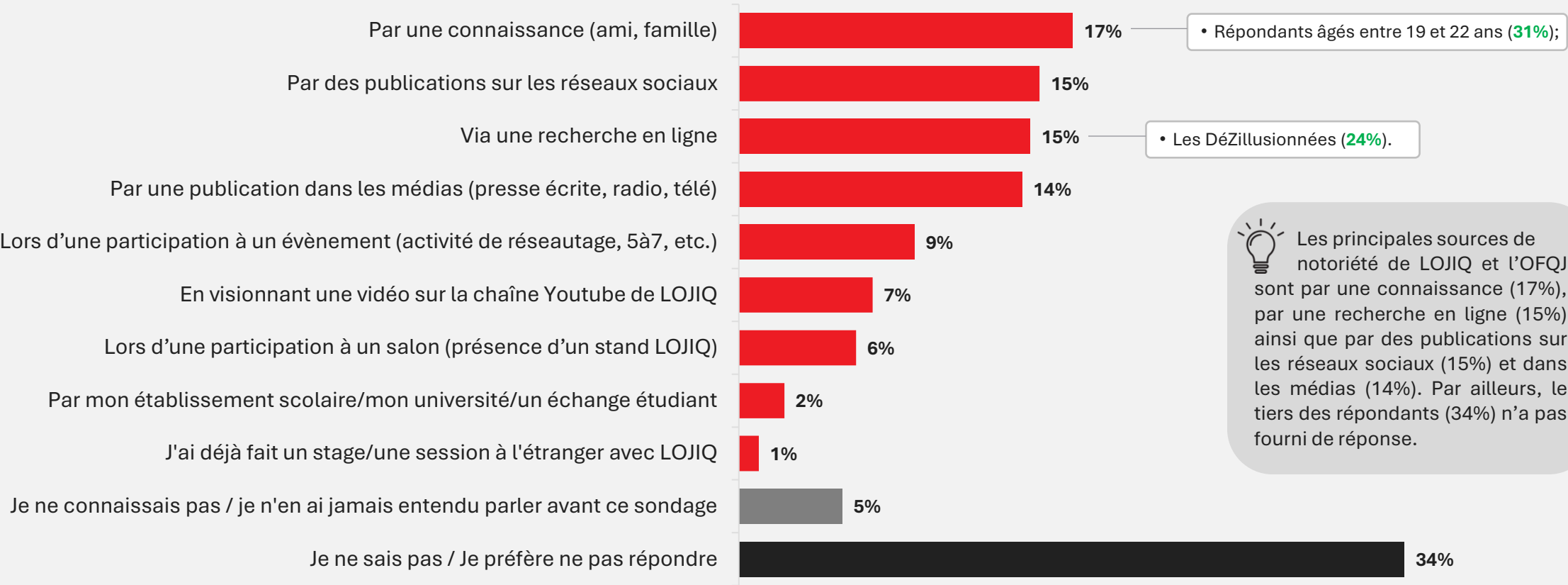
Veillez sélectionner tout ce qui s’applique. Un énoncé peut s’appliquer à un, deux, ou aucun organisme.

Base: Répondants qui connaissent LOJIQ ou l’OFQJ (n= 547)

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d’une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

SOURCES DE NOTORIÉTÉ DE LOJIQ / OFQJ (1/3)

Proportion significativement plus élevée auprès de...



Q22. Comment avez-vous entendu parler de LOJIQ / OFQJ? Veuillez sélectionner tout ce qui s'applique.

Base: Répondants qui connaissent LOJIQ ou l'OFQJ (n= 547)

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d'une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

SOURCES DE NOTORIÉTÉ DE LOJIQ / OFQJ (2/3)

	Total	Genre		Occupation			Né(e) au Canada		Langue	
		Homme	Femme	Travailleur	Étudiant	Autre	Oui	Non	Français	Anglais
n=	547	305	242	392	120	35	467	73	453	74
Par une connaissance (ami, famille)	17%	18%	16%	16%	22%	9%	15%	29%	17%	20%
Par des publications sur les réseaux sociaux	15%	18%	12%	19%	8%	9%	16%	11%	15%	20%
Via une recherche en ligne	15%	18%	11%	15%	15%	10%	13%	26%	15%	15%
Par une publication dans les médias (presse écrite, radio, télé)	14%	17%	11%	17%	9%	9%	14%	18%	13%	24%
Lors d’une participation à un évènement (activité de réseautage, 5 à 7, etc.)	9%	10%	8%	10%	8%	5%	9%	10%	9%	12%
En visionnant une vidéo sur la chaîne Youtube de LOJIQ	7%	9%	4%	7%	6%	6%	5%	15%	5%	15%
Lors d’une participation à un salon (présence d’un stand LOJIQ)	6%	9%	2%	6%	6%	0%	4%	13%	5%	9%
Par mon établissement scolaire/mon université/un échange étudiant	2%	1%	4%	3%	2%	0%	3%	1%	3%	0%
J’ai déjà fait un stage/une session à l’étranger avec LOJIQ	1%	1%	1%	1%	1%	0%	1%	0%	1%	1%
Je ne connaissais pas / je n’en ai jamais entendu parler avant ce sondage	5%	5%	6%	5%	6%	10%	6%	2%	6%	1%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	34%	26%	44%	31%	37%	56%	37%	18%	35%	25%

Q22. Comment avez-vous entendu parler de LOJIQ / OFQJ? Veuillez sélectionner tout ce qui s’applique.

Base: Répondants qui connaissent LOJIQ ou l’OFQJ (n= 547)

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d’une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

SOURCES DE NOTORIÉTÉ DE LOJIQ / OFQJ (3/3)

	Total	Participation mobilité		Intérêt pour les programmes mobilité						
		Oui	Non	Stage	Étude	Entrepre- neuriat	Engagement citoyen	Recherche	Projets artistiques	Projets sportifs
n=	547	199	348	367	320	311	278	292	310	282
Par une connaissance (ami, famille)	17%	21%	15%	17%	17%	19%	18%	20%	17%	19%
Par des publications sur les réseaux sociaux	15%	17%	15%	16%	16%	19%	18%	15%	17%	16%
Via une recherche en ligne	15%	15%	15%	14%	15%	17%	16%	18%	15%	19%
Par une publication dans les médias (presse écrite, radio, télé)	14%	18%	13%	15%	15%	19%	19%	18%	17%	17%
Lors d’une participation à un évènement (activité de réseautage, 5 à 7, etc.)	9%	11%	8%	9%	10%	12%	11%	12%	9%	12%
En visionnant une vidéo sur la chaîne Youtube de LOJIQ	7%	11%	5%	7%	7%	8%	7%	7%	6%	9%
Lors d’une participation à un salon (présence d’un stand LOJIQ)	6%	7%	6%	6%	7%	7%	9%	9%	8%	10%
Par mon établissement scolaire/mon université/un échange étudiant	2%	6%	0%	3%	4%	3%	2%	2%	2%	3%
J’ai déjà fait un stage/une session à l’étranger avec LOJIQ	1%	2%	0%	1%	1%	1%	1%	0%	1%	1%
Je ne connaissais pas / je n’en ai jamais entendu parler avant ce sondage	5%	4%	6%	5%	4%	4%	4%	5%	6%	4%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	34%	22%	41%	33%	31%	26%	28%	28%	30%	29%

Q22. Comment avez-vous entendu parler de LOJIQ / OFQJ? Veuillez sélectionner tout ce qui s’applique.

Base: Répondants qui connaissent LOJIQ ou l’OFQJ (n= 547)

*Mentions multiples. Les répondants pouvant fournir plus d’une réponse, le total pourrait dépasser 100%.

3.9



Profil des **Répondants**

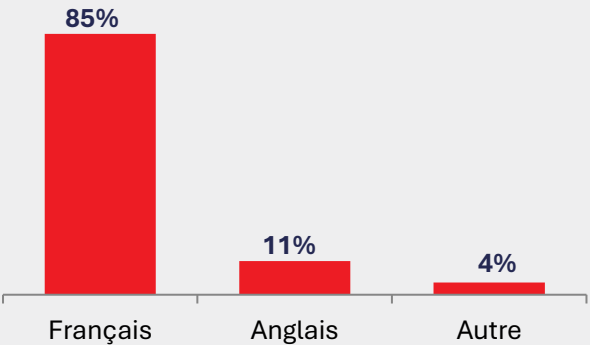
Profil des répondants

Base n=1 000

Genre



Langue



Milieu

Urbain/Suburbain	70%
Urbain	35%
Suburbain	35%
Petite/Moyenne ville	17%
Rural	12%

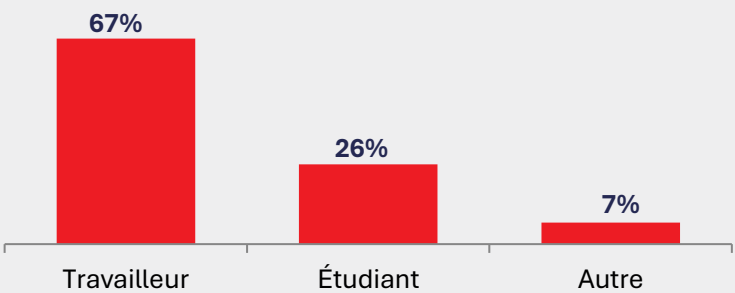
Âge

Entre 16 et 18 ans	14%
Entre 19 et 22 ans	15%
Entre 23 et 26 ans	23%
Entre 27 et 35 ans	48%

Niveau de scolarité

Secondaire ou moins	30%
Collégial	27%
Universitaire	43%

Occupation

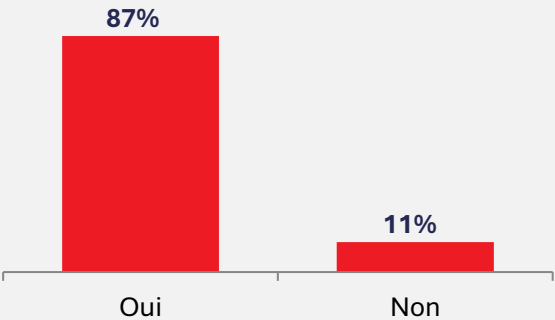


Note : Pour chacune des catégories de profil, le complément à 100% correspond aux mentions « Ne sait pas » et « Refus ».

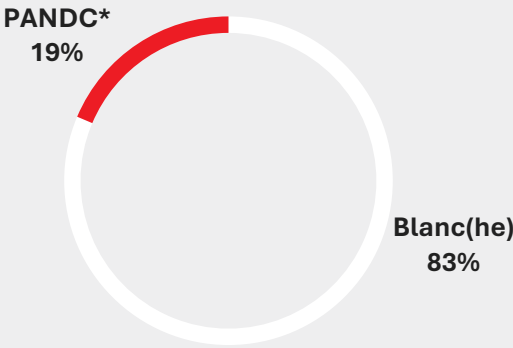
Profil des répondants

Base n=1 000

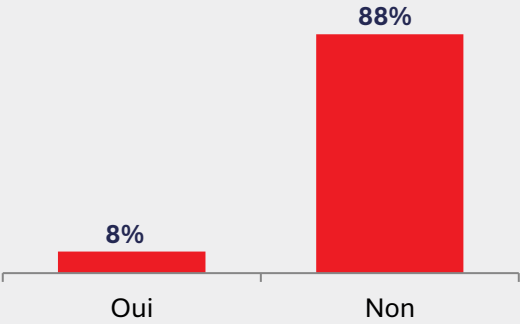
Né(e) au Canada



Ethnicité



Incapacité



Revenu

39 999\$ et moins	15%
40 000\$ à 59 999\$	12%
60 000\$ à 79 999\$	13%
80 000\$ à 99 999\$	15%
100 000\$ et plus	41%

Statut

Marié/Conjoint de fait	39%
Célibataire	59%
Veuf/Séparé/Divorcé	2%

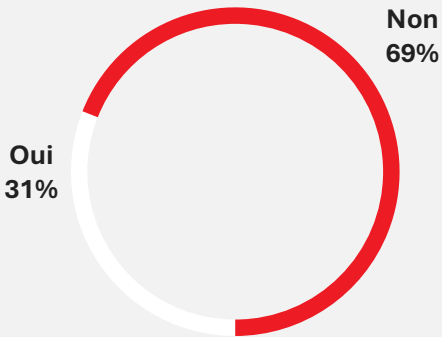
Note : Pour chacune des catégories de profil, le complément à 100% correspond aux mentions « Ne sait pas » et « Refus ».

* L'acronyme PANDC désigne les Personnes Autochtones, Noires, et De Couleur.

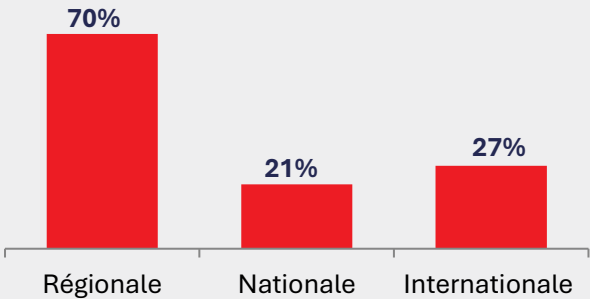
Profil des répondants

Base n=1 000

Participation à une mobilité



Échelle géographique



Type d'expérience de mobilité

Études	53%
Stage	23%
Engagement citoyen	15%
Expérience professionnelle	35%

Intérêt pour les programmes de mobilité

Stage	61%
Étude	52%
Entrepreneuriat	48%
Engagement citoyen	42%
Recherche	45%
Projets artistiques	50%
Projets sportifs	45%

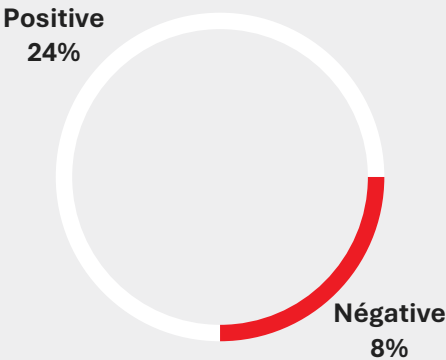
Probabilité de réaliser une expérience de mobilité



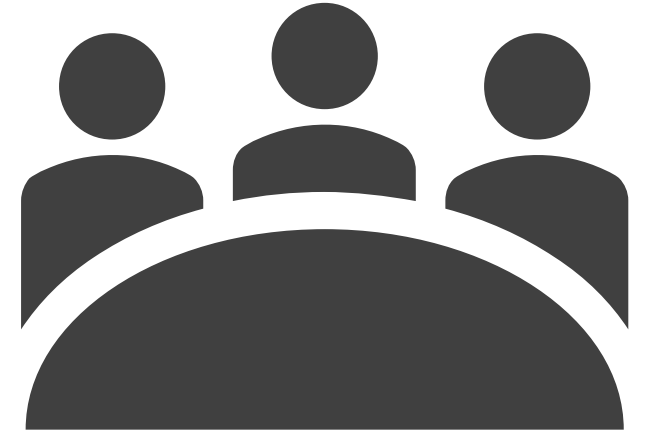
Notoriété LOJIQ



Opinion LOJIQ

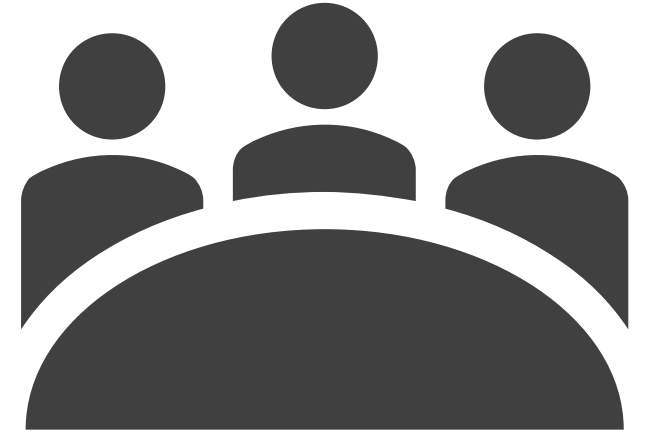


Note : Pour chacune des catégories de profil, le complément à 100% correspond aux mentions « Ne sait pas » et « Refus ».



Volet Qualitatif

4.1



Méthodologie qualitative

Contexte et objectifs

Contexte

Suite à la réalisation du sondage quantitatif et à une analyse préliminaire des principaux constats-clés, une phase d'étude qualitative a été menée afin d'**approfondir la compréhension des perceptions, attitudes et expériences des jeunes** en lien avec les programmes de mobilité. Alors que la phase quantitative a permis d'**identifier des tendances générales**, cette exploration qualitative vise à **aller au-delà des chiffres** en recueillant des témoignages détaillés et en mettant en lumière les motivations, les freins et les attentes spécifiques des jeunes à l'égard de la mobilité.

Grâce à des **groupes de discussion**, cette étude permet d'**apporter du contexte aux résultats quantitatifs**, de **mieux comprendre les dynamiques sous-jacentes** aux comportements observés et d'**explorer des pistes d'amélioration** pour adapter l'offre de mobilité aux besoins réels des jeunes.



Objectifs

Les principaux objectifs de cette phase de recherche étaient :

- 1 **Explorer la perception générale de la mobilité**, en analysant comment les jeunes définissent ces expériences et quelles représentations ils en ont.
- 2 **Cerner les motivations et attentes** qui incitent certains à vouloir partir.
- 3 **Identifier les différents freins et obstacles** qui empêchent ou compliquent la participation à des programmes de mobilité.
- 4 **Évaluer l'accompagnement existant**, notamment le rôle des établissements scolaires et des organismes comme LOJIQ, ainsi que les **besoins en termes d'accompagnement**.
- 5 **Déterminer les ajustements nécessaires** pour rendre ces programmes plus accessibles, attrayants et adaptés aux différents profils de jeunes, qu'ils soient étudiants ou déjà engagés dans la vie professionnelle.

Méthodologie - Paramètres



Comment

3 groupes de discussion virtuels

Avec 9 à 10 participants âgés de 16 à 35 ans.



Qui

- **Groupe 1:** participants de **tous âges**
- **Groupe 2:** participants **âgés de 25 à 35 ans**
- **Groupe 3:** participants **âgés de 16 à 24 ans.**



Quand

- **Les 11 et 12 février 2025**, en soirée
- **Durée :** 1h30mn par groupe



Animation

- **Groupes 1 et 2:** Gabrielle Blais, directrice de recherche
- **Groupe 3:** Adil Mechbal, analyste de recherche sénior



Incitatif

Un montant de **125 \$** a été versé aux participants ayant pris part aux groupes de discussion.

Notes de lecture



Verbatims

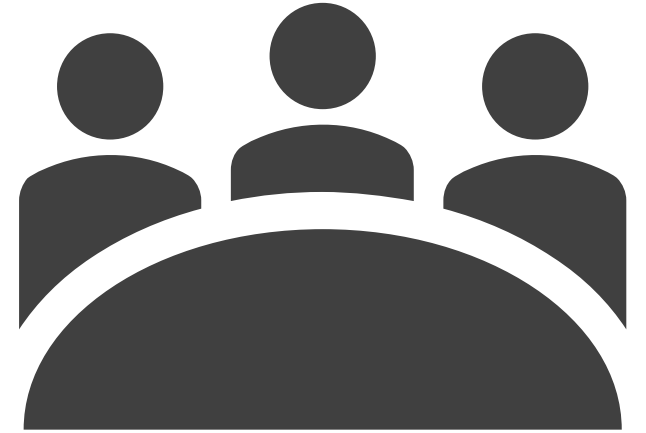
De réelles citations des participants (verbatim) sont présentées en italique à côté des constats des résultats détaillés du rapport de recherche. Ces derniers ont été modifiés dans le seul but d'améliorer la lisibilité.

Ceux-ci permettent d'appuyer l'analyse.

Interprétation des résultats

Les résultats de cette recherche qualitative permettent d'obtenir des insights riches et nuancés, mais ils ne sont pas destinés à être généralisés à l'ensemble de la population. Ils visent plutôt à illustrer des tendances, explorer des perceptions et identifier des leviers d'action, qui pourront être confrontés aux résultats quantitatifs pour guider les recommandations stratégiques.

4.2



Perceptions initiales et
expériences de **mobilité**

Perceptions initiales et compréhension de la mobilité (1/4)

Compréhension du concept de mobilité

Lorsqu'on interroge les participants sur la mobilité, leur **niveau de compréhension du concept varie fortement**. Certains associent immédiatement la mobilité à des **programmes bien définis**, principalement les sessions d'études à l'étranger, ou des stages à l'étranger dans une moindre mesure. Cette définition limitée de la mobilité se retrouve auprès de tous les âges, travailleurs ou étudiants.

Plusieurs participants n'ont **qu'une connaissance partielle ou floue des opportunités existantes**, ce qui limite leur capacité à envisager concrètement une mobilité. Pour certains, l'idée d'un programme structuré et accompagné n'est pas toujours évidente, et certains ne savent pas que des organismes spécialisés, comme LOJIQ, existent pour faciliter ces démarches ou apporter du support (qu'il soit administratif ou financier).

En termes d'horizon temporel et géographique, les participants considèrent que les programmes de mobilité sont **principalement à long terme** (un à plusieurs mois), et à **l'échelle internationale**. De manière spontanée, peu de participants ont mentionné des expériences plus courtes, ou à l'échelle du Québec ou du Canada.

Perceptions de la mobilité et intérêt suscité

L'idée d'une mobilité, quelle qu'en soit la forme (session d'études à l'étranger, stage, etc.), suscite un **intérêt marqué** chez plusieurs participants, bien que leurs motivations et attentes varient. Bien qu'il y ait une forme de consensus sur le caractère formateur et immersif de la mobilité, plusieurs expriment des **réserves quant à sa pertinence pour leur parcours de vie**. Le type de mobilité souhaité varie également selon les parcours de vie et les contraintes de tout un chacun.

Tandis que certaines personnes ont envisagé de réaliser un programme de mobilité et ont abandonné pour diverses raisons (complexité, raisons financières...), d'autres ont franchi le pas et ont partagé leurs expériences.



Citations des participants

« Je n'étais pas au courant des opportunités pour les sessions à l'étranger. »

« Dans mon temps, ce n'était pas assez connu. Maintenant, on entend un peu plus parler, »

« J'étais tombé dessus par hasard, n'en avait pas du tout entendu parler avant. »



Perceptions initiales et compréhension de la mobilité (2/4)

Portrait des expériences de mobilité des 16-35 ans

Les expériences de mobilité rapportées par les participants sont diversifiées en termes de **formats, de destinations et de durées**. Certains ont bénéficié de programmes académiques encadrés, tels que des **échanges étudiants** ou des **sessions linguistiques**, tandis que d'autres ont saisi des **opportunités de stages professionnels** ou de **travail temporaire**. Si la plupart des expériences se sont déroulées à l'étranger, notamment en Europe, en Amérique du Nord, ou encore en Asie, certaines ont eu lieu au Canada, souvent pour des raisons financières ou logistiques.

La durée des mobilités varie également : les plus courtes (durée d'une semaine environ) étaient souvent intégrées à des cursus scolaires ou à des formations spécifiques, tandis que les plus longues (trois mois et plus) ont offert une immersion plus profonde, particulièrement pour les stages et les expériences professionnelles. Dans tous les cas, les participants ont rapporté avoir développé des compétences clés, allant de la débrouillardise et l'adaptabilité à l'apprentissage interculturel et à l'acquisition de savoir-faire professionnels.

Si certains ont bénéficié d'un encadrement rapproché et d'une organisation prise en charge par l'établissement/l'organisme de soutien en quasi-totalité, d'autres ont réalisé toutes leurs démarches par eux-mêmes et ont dû naviguer les complexités administratives, financières, et culturelles par eux-mêmes.



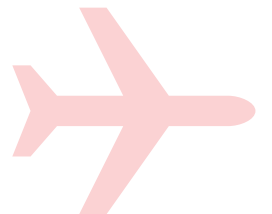
Citations des participants

« J'étais au cégep, c'était tout organisé par les enseignants qui nous ont fait faire cette application. [...] On passait une semaine dans une autre école en France. »

« À l'université, j'ai organisé moi-même un stage avec une startup en Chine pour 4 mois. Le processus était plus complexe, j'ai tout fait moi-même. »

« C'était avec le YMCA quand j'étais au secondaire, j'étais partie 6 semaines à Halifax. »

« J'ai travaillé 6 mois en construction en Alberta. »



Perceptions initiales et compréhension de la mobilité (3/4)

Motivations et attentes vis-à-vis d'une mobilité

L'un des principaux attraits de la mobilité est la **découverte culturelle et linguistique**. Plusieurs participants soulignent leur envie **d'apprendre une nouvelle langue** et de s'imprégner d'une culture différente. Cet aspect d'immersion culturelle et linguistique justifie l'évocation spontanée de la mobilité internationale plutôt qu'à l'échelle nationale ou provinciale. Pour certains, une mobilité au **Québec ou au Canada** reste une alternative attractive, notamment pour éviter certaines complications administratives ou financières tout en vivant une expérience enrichissante hors de leur région habituelle. Quelques participants mentionnent la richesse culturelle et académique du Canada.

L'aspect académique et professionnel est également un facteur de motivation. Certains participants perçoivent la mobilité comme un **levier de développement de compétences et d'expériences uniques**, qui ne sont pas forcément accessibles dans leur environnement actuel, qu'il s'agisse de découvrir d'autres systèmes éducatifs, ou d'autres savoir-faire et savoir-être dans leur domaine professionnel.

D'autres voient dans la mobilité une **opportunité d'autonomie et de croissance personnelle**, et ce, **particulièrement auprès des plus jeunes**, aux études, qui sont souvent toujours dépendants de leurs parents ou proches. Loin de leur cadre habituel, ils espèrent apprendre à se débrouiller seuls et élargir leurs horizons :

Du côté de ceux qui ont réalisé une mobilité, **les mêmes compétences et avantages sont rapportés**. Les bénéfices tirés de l'expérience sont **substantiels pour la totalité de ces derniers** : débrouillardise et autonomie, apprentissage linguistique et/ou culturel, ouverture d'esprit, etc.



Citations des participants

« Apprendre de nouvelles langues, essayer de nouvelles expériences et des choses qu'on ne connaît pas . »

« Voir d'autres méthodes de travail, d'autres systèmes éducatifs, »

« C'est un enrichissement tant au niveau personnel que professionnel. »

« Devenir plus autonome, grandir, apprendre à se débrouiller seule dans un autre pays. »



Perceptions initiales et compréhension de la mobilité (4/4)

Perception de l'accessibilité des programmes

L'accessibilité perçue des programmes de mobilité varie fortement en fonction de la situation personnelle et professionnelle des participants. **Beaucoup considèrent que ces opportunités sont principalement destinées aux étudiants et aux jeunes sans attache familiale ou financière**, ce qui crée un sentiment d'exclusion pour certains.

Certains participants estiment que les programmes devraient être **mieux adaptés aux personnes bien établies dans leur carrière**, notamment en proposant des **formats plus courts et plus flexibles** pour ceux qui ont déjà un emploi ou des engagements financiers.

Cette perception est renforcée par l'image dominante de la mobilité comme étant **une expérience longue (quelques mois) et internationale**. **Les participants plus âgés, notamment ceux en fin de vingtaine ou début trentaine, ont du mal à envisager une mobilité prolongée** en raison de leur stabilité professionnelle, de leurs engagements familiaux (conjoint(e), enfants) ou de leurs obligations financières (hypothèque, nécessité d'un revenu régulier). Toutefois, plusieurs se disent **intéressés par des séjours plus courts (quelques jours à trois semaines maximum), qui s'adapteraient mieux à leurs contraintes**.

À l'inverse, les participants plus jeunes montrent une **plus grande ouverture aux programmes longs**, notamment à l'international. Pour eux, **la durée justifie les démarches administratives et les efforts nécessaires à l'organisation d'une mobilité**.

Par ailleurs, certains participants ont mentionné avoir participé à des programmes de mobilité dans le cadre desquels ils ont reçu un accompagnement financier et/ou administratif de la part de leur université ou de LOJQ, ce qui **renforce leur perception que les programmes peuvent être facilement accessibles à tous**.

Bien que les plus jeunes soient plus enclins à partir pour une longue durée, **tous les âges rencontrent toutefois également des obstacles spécifiques**, qui pourraient limiter leur participation malgré leur motivation: coût, manque d'information, appréhension de partir seul et d'être loin de sa famille/ses proches pendant une longue durée, etc.

Citations des participants

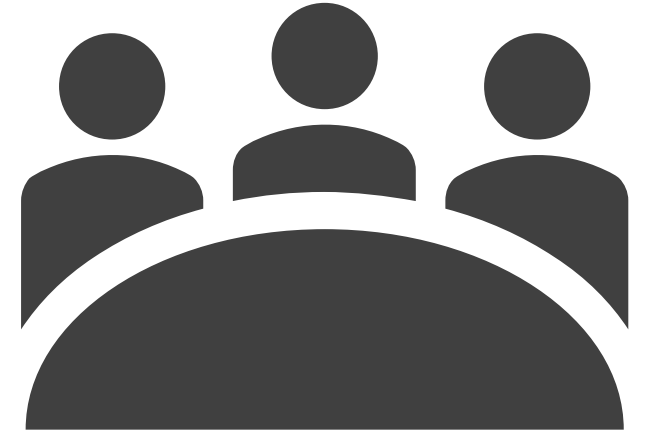
«C'est bien pour ceux qui n'ont pas de grosses responsabilités, et qui peuvent sortir du pays et aller découvrir, »

« C'est vraiment une grande opportunité, mais le truc qui me bloque, c'est que je n'aime pas être trop loin de la famille, être isolé et seul, c'est dur pour moi. »

« On gagnerait à avoir plus de programmes ou de soutien pour les gens qui sont un peu plus avancés dans leur carrière. »



4.3



Freins et obstacles à la **mobilité**

Freins et obstacles à la mobilité (1/4)

Compréhension et perception générale des obstacles à la mobilité

L'analyse des discussions menées auprès des trois groupes révèle que les freins à la mobilité varient considérablement en fonction de l'âge et du contexte de vie des participants. Si certains obstacles sont universels (financiers, logistiques, administratifs), d'autres sont plus spécifiques selon la tranche d'âge et les responsabilités personnelles.

Les participants plus jeunes perçoivent la mobilité comme une opportunité intéressante mais souvent difficilement accessible en raison de contraintes financières et administratives. Le manque d'expérience dans les démarches et la peur de partir seul(e) sont des barrières importantes. L'accès à l'information est aussi un enjeu majeur. L'absence d'information claire sur les opportunités de mobilité fait en sorte que celle-ci n'est pas une priorité pour les participants. Ne sachant pas quoi chercher ni où commencer, beaucoup n'ont pas le réflexe de se renseigner, estimant parfois que ces programmes ne leur sont pas destinés ou pertinents pour leur situation.

Les participants plus âgés font face à des obstacles plus structurels liés à leurs responsabilités personnelles et professionnelles. Le poids des obligations financières, comme le loyer, l'hypothèque et un emploi stable, est le principal frein. De plus, l'impact d'une mobilité sur la trajectoire professionnelle est une préoccupation majeure.

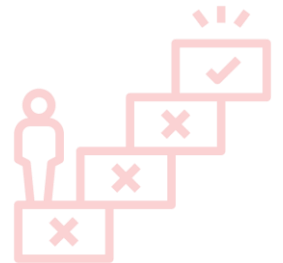


Citations des participants

« Si le séjour est rémunéré, c'est plus facile. Mais sans revenu, je ne pourrais pas partir, je dois penser à mon coût de la vie ici (maison, enfants, auto). »

« Une aide pour la paperasse administrative ferait en sorte qu'on se sente mieux encadré, ça paraît gros quand on est jeune les démarches »

« J'ai des obligations comme un emploi, une maison et un conjoint, donc je ne peux pas partir pour plusieurs mois. »



Freins et obstacles à la mobilité (2/4)

Pourquoi ne pas avoir encore tenté l'expérience ?

La plupart des jeunes n'ont pas participé à une expérience de mobilité. Plusieurs raisons expliquent pourquoi ces jeunes n'ont pas encore participé à une mobilité.

Certains évoquent un **problème de timing**, notamment des conflits avec leur emploi, leurs études ou des obligations personnelles. D'autres expriment un **manque d'information**, expliquant qu'ils n'étaient tout simplement pas au courant des opportunités qui s'offraient à eux.

Certains ont tenté une mobilité, mais des **barrières administratives ou logistiques les ont empêchés d'y accéder**.

Enfin, des **facteurs plus personnels**, comme des obligations familiales ou des problèmes de santé, ont empêché certains de partir.



Citations des participants

« Le timing ne fonctionnait pas. J'ai dû choisir entre un travail stable et une mobilité de quelques semaines ou quelques mois. »

« J'aurais fait une session à l'étranger, mais ça demandait beaucoup d'ajustements : je n'habitais plus chez mes parents, j'aurais dû laisser mon emploi, ramasser assez d'argent pour subvenir à mes besoins, puis retrouver un emploi à mon retour... »

« J'avais envisagé d'aller aux États-Unis pour le football, mais à l'époque, je n'avais pas de passeport. »

« J'avais appliqué pour un échange pendant l'été, mais malheureusement c'était très contingenté, je n'ai pas pu y aller. »

« Problèmes familiaux de santé, puis finalement j'ai dû prendre la décision de laisser tomber. »

« Limite d'âge (16 ans) qui m'en a empêché. »



Freins et obstacles à la mobilité (3/4)

Les principaux obstacles identifiés (1/2)

Enjeux financiers

Sur le plan financier, le **coût d'un programme de mobilité** est un frein majeur pour tous les participants. Toutefois, son impact diffère selon l'âge. Les plus jeunes manquent de fonds disponibles et doivent dépendre de financements externes comme les bourses, les aides gouvernementales ou le soutien familial. Certains seraient prêts à financer une partie eux-mêmes, mais seulement pour des séjours courts d'une ou deux semaines. En revanche, les participants plus âgés expriment une réticence à interrompre leur emploi, car cela engendre une perte de revenu directe et met en péril leur stabilité financière. L'absence de rémunération pendant un séjour à l'étranger est un frein plus important que le coût du voyage en lui-même. D'autres témoignent d'une mixité des préoccupations financières, avec à la fois le manque de moyens pour les plus jeunes et la difficulté de concilier les obligations économiques pour les plus âgés.

Enjeux d'information

Le manque d'information sur les **opportunités de mobilité** constitue également un frein récurrent. Les stratégies pour s'informer varient selon l'âge. Les participants plus jeunes privilégient les réseaux sociaux, les forums en ligne et les témoignages d'autres jeunes. L'information doit être accessible rapidement et être rassurante. Les plus âgés, quant à eux, recherchent une approche plus institutionnelle, en consultant les sites spécialisés, les universités ou les employeurs. Toutefois, certains ne savent pas exactement où trouver des programmes adaptés à leur âge et à leur situation. D'autres se situent entre ces deux tendances, combinant des approches informelles et formelles.

Citations des participants

« Il y a des coûts pour partir, mais il y a aussi des coûts là-bas. Est-ce que les bourses couvrent assez pour vivre confortablement pendant que tu es à l'étranger? »

« Je rejoindrais des groupes Facebook d'étudiants. Les sites des ambassades et du gouvernement du Canada donnent également des listes de tâches à faire avant de partir. »

« Je m'informerai sur internet ou j'irai voir à l'université si c'est dans un cadre scolaire. »

« Ce qui pourrait m'aider serait de parler à quelqu'un qui a déjà fait une expérience de mobilité et d'avoir une personne-ressource sur place. »



Freins et obstacles à la mobilité (4/4)

Les principaux obstacles identifiés (2/2)

Enjeux personnels

Les considérations personnelles et sociales varient aussi selon l'âge. Les plus jeunes redoutent particulièrement de partir seuls, la peur de l'inconnu et les barrières linguistiques constituant des freins majeurs. L'idée de voyager avec des amis ou de façon encadrée est préférée. Pour les participants plus âgés, les responsabilités familiales et professionnelles sont des préoccupations centrales. La question du conjoint et des enfants est souvent évoquée, certains se demandant s'il est possible de partir en couple ou en famille. Enfin, les préoccupations de sécurité sont omniprésentes, notamment pour les femmes et les minorités.



Citations des participants

« Ce serait vraiment de m'assurer que c'est sécuritaire, il y a des pays qui sont quand même plus dangereux pour les femmes. »

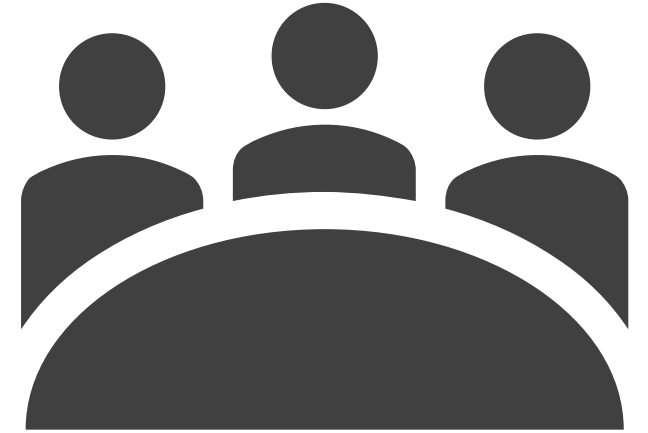
« Ce n'est pas nécessairement tous les pays qui ont les mêmes accès pour la santé. »

« J'aimerais avoir un guide avec moi en tout temps, surtout à l'international. Je me sentrais plus en sécurité. J'aimerais me déplacer en groupe, avec des amis surtout ou des collègues du cégep. »

« Dans mon cas, ça dépendrait de la destination. Par rapport à mon identité, le niveau de sécurité pour les personnes de la communauté LGBTQ+. C'est probablement la première chose que je regarde. »



4.4



Attentes et besoins en termes de
mobilité

Attentes et besoins en termes de mobilité (1/6)

Le rôle des établissements scolaires dans l'accompagnement à la mobilité

Les participants ayant bénéficié d'un programme de mobilité encadré par leur cégep ou université rapportent une **expérience généralement positive**, notamment en ce qui concerne **l'organisation et la logistique**. Dans certains cas, surtout auprès de ceux qui ont réalisé leur mobilité plus jeunes (dans le cadre du secondaire ou du cégep), les programmes étaient **clairement structurés et intégrés aux cursus académiques**, avec un accompagnement à chaque étape.

Certains ont également souligné la présence **de ressources pédagogiques et humaines**, telles que des enseignants référents ou des coordonnateurs, permettant un suivi avant, pendant et après la mobilité.

Une participante a également mentionné avoir participé à des **ateliers de familiarisation avec la culture** de son lieu d'échange organisés par son établissement, ce qui a permis de briser les préjugés et en apprendre davantage avant d'être sur les lieux, ce qui a **favorisé son intégration sur place**.

Ainsi, la plupart des participants ayant réalisé une expérience de mobilité à travers leur établissement d'enseignement étaient **satisfaits du niveau d'accompagnement qu'ils ont reçu**, et n'ont pas recherché de soutien supplémentaire, à l'exception de ceux dont le programme était réalisé avec LOJIQ ou d'autres organismes d'aide à la mobilité.

Toutefois, certains participants ayant réalisé leur expérience de mobilité à l'université ou dans le cadre d'une démarche personnelle ont dû faire preuve de **plus d'autonomie dans l'organisation de leur mobilité**, et ce, surtout en termes de démarches administratives et de processus de recherche de stage à l'étranger.

Un accompagnement essentiel avant, pendant et après la mobilité

Un **accompagnement renforcé est souvent mentionné comme un levier clé pour faciliter l'expérience de mobilité**. Avant le départ, plusieurs expriment le **besoin d'une préparation administrative et logistique plus claire**, notamment en ce qui concerne les visas, les assurances et la recherche de logement.

L'accompagnement culturel et psychologique est également jugé important pour mieux anticiper le choc culturel et l'adaptation.

Pendant la mobilité, **la présence d'un contact de référence sur place est perçue comme une garantie de sécurité et de stabilité**.



Citations des participants

«L'enseignante responsable gérait tout avec LOJIQ. Pendant le voyage, on était encadrés par des enseignants, on n'était pas laissés à nous-mêmes»

« Le processus pour les visas/passeports était inconnu, délais, assurances... j'étais laissée à moi-même.. »

« À l'université, j'aurais aimé plus de soutien pour chercher des fonds ailleurs. J'ai dû faire mes démarches seule. »



Attentes et besoins en termes de mobilité (2/6)

L'importance du partage d'expériences pour mieux se préparer

Un aspect récurrent soulevé par plusieurs participants est le **besoin d'échanger avec des personnes ayant déjà réalisé une mobilité** afin d'obtenir des conseils concrets et d'anticiper les défis qu'ils pourraient rencontrer. Certains ont exprimé **des incertitudes face aux démarches administratives, au financement ou à l'adaptation culturelle**, et auraient apprécié pouvoir **discuter avec d'anciens participants** pour mieux se préparer.

Le partage d'expériences est perçu comme une **source précieuse d'informations pratiques**, notamment en ce qui concerne **les coûts réels d'un séjour, les astuces pour trouver un logement, ou encore les différences culturelles** à prendre en compte selon la destination. Plusieurs participants soulignent qu'un **réseau d'anciens participants** pourrait jouer un rôle clé en offrant un **soutien personnalisé et authentique**, différent des informations institutionnelles souvent trop générales.

Cette absence de repères et de témoignages concrets peut **décourager certains jeunes de franchir le pas**, surtout ceux qui hésitent en raison d'un manque de visibilité sur **ce qui les attend réellement une fois sur place**. Un meilleur accès aux retours d'expérience pourrait **démystifier la mobilité**, aider à mieux gérer les attentes et encourager plus de jeunes à tenter l'expérience.

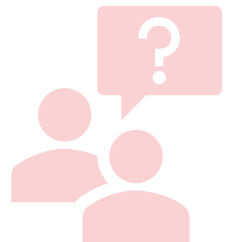


Citations des participants

« J'aurais aimé pouvoir parler à quelqu'un qui l'a déjà fait, pour comprendre les étapes et anticiper les défis. »

« Peut-être la possibilité de pouvoir parler à un conseiller financier, comme ça tu peux prévoir un peu tes dépenses. »

« Pour moi, ce serait de savoir s'il y a un agent du programme qui est dans le pays où je vais. »



Attentes et besoins en termes de mobilité (3/6)

Un manque d'information et de visibilité qui freine l'accès à la mobilité

Si plusieurs participants reconnaissent l'existence de programmes de mobilité, beaucoup **ignorent où et comment trouver des informations claires et accessibles** sur les démarches à suivre, les aides financières disponibles et les ressources d'accompagnement. Cette méconnaissance concerne **tant les programmes eux-mêmes que les organismes spécialisés, comme LOJIQ**, qui jouent pourtant un rôle clé dans l'accès à ces opportunités.

Certains ont découvert ces programmes **par hasard**, souvent grâce à un enseignant ou une connaissance ayant déjà participé, tandis que d'autres sont **passés à côté simplement parce qu'ils n'étaient pas suffisamment mis en avant**. Ce déficit de communication rend la mobilité **moins accessible, en particulier pour ceux qui hésitent ou qui ne savent pas par où commencer**.

Au-delà de la simple visibilité, les participants expriment **un besoin d'information plus structuré et détaillé** pour mieux comprendre l'ensemble des démarches associées à une mobilité. **Les aspects administratifs et financiers sont souvent perçus comme complexes et décourageants**, et pour plusieurs, le manque de repères **renforce l'anxiété face à l'inconnu**.

Certains aimeraient accéder à **des ressources centralisées**, expliquant **étape par étape comment organiser une mobilité** : où chercher des programmes, comment postuler, quels financements sont accessibles et quels sont les délais à prévoir. L'ajout de **témoignages d'anciens participants, de séances d'information accessibles et d'un accompagnement personnalisé** pourrait aider à surmonter ces barrières et encourager plus de jeunes à envisager une mobilité en toute confiance.

Enfin, les participants insistent sur **l'importance d'un accès rapide et simplifié à ces informations**, via **les établissements scolaires, des plateformes numériques ou des rencontres avec des organismes spécialisés comme LOJIQ**. Un effort concerté pour structurer et diffuser ces ressources permettrait **démystifier la mobilité**, réduire les incertitudes et offrir un accompagnement plus efficace aux jeunes intéressés.



Citations des participants

« Plus de promotion de divers organismes m'aurait peut-être poussé à aller à l'étranger pendant mes études. »

« C'est peut-être mettre beaucoup de responsabilités sur les institutions, mais peut-être en parler plus, de mettre plus de lumière justement sur cette offre-là, parce que je me rappelle à l'université, on ne m'a jamais parlé de ça du tout. »

« Quelqu'un qui connaît les documents et ce qui est attendu, ça aiderait énormément. »

« Avoir une grande présentation pour que tout soit clair et que les gens puissent poser leurs questions. »



Attentes et besoins en termes de mobilité (5/6)

Un fort intérêt pour les programmes clé en main, avec une certaine liberté sur place

Face à la complexité perçue des démarches administratives et logistiques, **la plupart des participants exprime une préférence pour des programmes clé en main**, où les aspects les plus contraignants – tels que les visas, l'hébergement ou la gestion des finances – seraient pris en charge par un organisme ou une institution. Cette préférence s'explique par **le stress et l'incertitude liés à l'organisation d'une mobilité**, qui peuvent décourager certains jeunes de se lancer s'ils doivent tout gérer par eux-mêmes.

Cependant, bien que les participants souhaitent **un encadrement structurant avant le départ**, ils tiennent à **conserver une certaine autonomie une fois sur place**. Un programme trop rigide ou trop contrôlé pourrait **nuire à l'expérience immersive** et empêcher les participants de tirer pleinement profit de leur séjour. L'idéal, selon eux, serait **une formule hybride**, où un organisme facilite la logistique et l'installation, tout en laissant suffisamment de flexibilité pour que chaque participant puisse adapter son expérience à ses propres intérêts.

Cette approche permettrait aux jeunes d'**aborder leur mobilité avec plus de confiance et moins d'anxiété**, tout en leur donnant **l'espace nécessaire pour s'adapter, explorer et s'intégrer à leur nouvel environnement**.



Citations des participants

«Clé en main serait meilleur car je suis mauvais avec les démarches administratives. Ça me permettrait aussi de me préparer mentalement au voyage.»

« Je pense qu'un programme clé en main, ça serait la meilleure idée parce que c'est très sécurisant, que ce soit pour la personne qui fait les démarches, mais aussi pour l'entourage.»

« Un projet clé-en-main ça a l'air alléchant [...], ou sans que ce soit un projet clé-en-main, au moins diriger quelqu'un dans la recherche pour qu'il monte son projet lui-même. » »



Attentes et besoins en termes de mobilité (6/6)

Adapter la mobilité aux jeunes professionnels et aux personnes plus établies

Si les programmes de mobilité sont principalement perçus comme étant **destinés aux étudiants et aux jeunes en début de carrière**, plusieurs participants plus âgés ou plus établis dans leur vie professionnelle expriment **un intérêt pour ces expériences, mais aussi des contraintes spécifiques qui rendent leur accès plus difficile.**

Tel que mentionné plus tôt, les principales préoccupations évoquées concernent **les obligations professionnelles, familiales et financières**, qui rendent **les séjours longs peu réalistes**. Pour ces participants, **quitter leur emploi temporairement, tout en assumant leurs charges financières habituelles comme un loyer ou une hypothèque, et s'éloigner de leur famille pendant plusieurs mois sont des obstacles majeurs.**

Plutôt que des mobilités longues et académiques, ils seraient davantage intéressés par **des séjours plus courts, mieux adaptés à leur rythme de vie**, ou par **des formats hybrides qui leur permettraient d'intégrer la mobilité dans leur parcours professionnel sans rupture totale avec leur emploi actuel.**

Certains suggèrent également que les **programmes de mobilité pourraient mieux répondre aux besoins de développement professionnel**, en proposant par exemple **des missions d'observation, du mentorat international ou des échanges professionnels ciblés**, qui leur offriraient **un enrichissement concret sans nécessiter un engagement prolongé.**

Un accès facilité aux opportunités pour ces profils permettrait de **rendre la mobilité plus inclusive et mieux adaptée aux différentes étapes de la vie**, tout en **favorisant un transfert de connaissances et d'expériences enrichissant pour tous.**

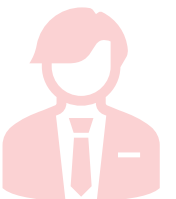


Citations des participants

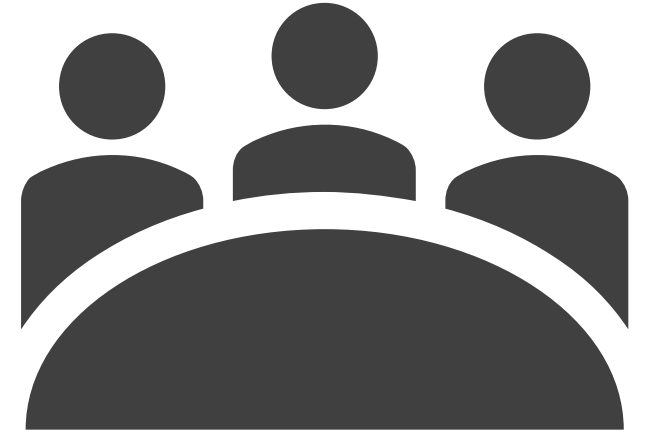
«À l'école, c'est similaire d'un endroit à l'autre, mais dans le milieu du travail, la réalité est différente. C'est là qu'une mobilité a une vraie plus-value.»

«Avoir des petits programmes comme une longue fin de semaine, 3-4 jours, qui peuvent s'adapter à différents moments de la vie [...] pour que tu puisses quand même en profiter.»

«J'ai eu plusieurs remises en question professionnelles dans les dernières années, donc je pense que d'avoir une opportunité de pouvoir voir ailleurs, soit dans mon domaine ou dans un autre domaine, aurait pu être super pertinent pour moi.»



4.5



Priorisation des ressources pour
la **mobilité**

Priorisation des ressources pour la mobilité (1/3)

Dans un contexte de ressources limitées, les participants ont été invités à réfléchir aux **priorités qu'ils établiraient s'ils étaient à la tête de leur propre organisme d'aide à la mobilité**. Plusieurs dilemmes leur ont été soumis, notamment en ce qui concerne **l'échelle géographique des programmes, leur durée, leur objectif principal (professionnel ou personnel) et leur portée (programmes longs pour un nombre restreint de participants vs programmes plus courts pour un plus grand nombre de jeunes)**.

Leurs réponses mettent en évidence des **tendances claires**, mais aussi **une diversité de besoins et de perceptions** selon les parcours et les contraintes individuelles.

Mobilité à l'international, au Canada ou au Québec ?

L'international est généralement perçu comme une priorité, car c'est une expérience qui est **moins accessible par soi-même** et qui offre **un dépaysement plus marqué ainsi qu'un potentiel d'apprentissage accru**. Plusieurs participants mentionnent qu'il est plus réalisable de réaliser une mobilité par soi-même au Québec ou au Canada, de par la simplicité administrative relative (comparativement à une mobilité à l'international), d'où leur préférence pour le soutien de programmes de mobilité internationale en priorité pour pallier au niveau de difficulté plus élevé de la réalisation d'une mobilité internationale. Plusieurs participants soulignent qu'une **expérience internationale leur permettrait d'être confrontés à des contextes culturels et professionnels totalement différents**, ce qui les pousserait à **sortir de leur zone de confort** et à **développer des compétences uniques**.

Cependant, certains considèrent que **le Canada et le Québec ne doivent pas être négligés**, notamment parce qu'il existe une richesse culturelle et professionnelle à découvrir sur place, et que ces options sont **plus accessibles financièrement et administrativement**. Pour certains jeunes, une **mobilité nationale constitue un premier pas vers l'international**, surtout s'ils n'ont jamais voyagé auparavant.



Citations des participants

« À l'international pour que ce soit inoubliable. On a différentes cultures au Canada, mais pas au même niveau. »

« L'international est plus attirant pour les jeunes. C'est plus faisable d'aller ailleurs au Canada, donc il y a plus d'intérêt à subventionner et apporter du soutien pour l'international qui est plus risqué. »

« À prioriser, ce serait le Canada, ce serait moins de paperasse à gérer [...] puis les coûts seront moindres. »



Priorisation des ressources pour la mobilité (2/3)

Programmes de quelques jours, quelques semaines ou plusieurs mois?

La question de la **durée idéale des programmes de mobilité** divise les participants, car elle dépend fortement des **contraintes personnelles et des objectifs poursuivis**.

D'un côté, **les étudiants et les jeunes en début de carrière privilégient des séjours plus longs**, estimant qu'une **véritable immersion nécessite plusieurs mois** pour **s'adapter à un nouvel environnement, développer des compétences et tirer pleinement profit de l'expérience**.

À l'inverse, **les jeunes professionnels et ceux ayant des engagements financiers ou familiaux optent pour des formats plus courts**, mieux adaptés à leur mode de vie. **Des séjours de deux semaines à un mois sont perçus comme un bon équilibre**, offrant une **expérience significative sans nécessiter une rupture prolongée avec leur quotidien**.

Cette réflexion sur la durée rejoint un autre dilemme : faut-il privilégier **un plus grand nombre de mobilités courtes, permettant à davantage de jeunes d'accéder à l'expérience, ou investir dans des séjours longs, mieux financés, mais réservés à un groupe plus restreint ?**

Si certains préfèrent un **modèle extensif**, où **plus de jeunes pourraient bénéficier d'un programme, même sur une courte durée**, d'autres estiment que **les mobilités longues ont un impact plus profond et devraient être privilégiées**.

Dans l'ensemble, **les séjours de quelques semaines apparaissent comme un bon compromis**, offrant une **immersion suffisante tout en restant accessibles à un plus large public**.



Citations des participants

« Quelques mois, c'est plus immersif, mais quelques semaines restent plus faisables selon la situation. »

« Quelques semaines permettent de maximiser le nombre de candidats et d'être plus accessibles. »

« Certaines personnes peuvent juste quelques jours à cause de leur situation, mais quelques jours, ce n'est pas suffisant pour assimiler l'expérience. »

« Vaut mieux en faire moins, mais plus élaborés, pour en tirer le plus possible. »



Priorisation des ressources pour la mobilité (3/3)

Mobilité à caractère professionnel ou personnel ?

La plupart des participants considèrent que **les programmes de mobilité devraient prioritairement avoir un objectif professionnel ou académique**. Le principal argument en faveur de cette approche est que **les fonds publics et les ressources allouées doivent permettre aux jeunes d'acquérir des compétences et des expériences transférables** sur le marché du travail.

Cependant, d'autres estiment que les **aspects personnel et professionnel sont intrinsèquement liés**, et que la **mobilité ne doit pas être uniquement vue sous l'angle du travail ou des études**. L'idée d'une **expérience plus globale, favorisant la découverte et le développement personnel**, est également valorisée.



Citations des participants

« Dans l'immédiat, c'est beaucoup plus le professionnel qui va rapporter quelque chose. Puis aussi, les visas de travail, la paperasse, est plus complexe à gérer, donc il y a plus de choses à faire [en termes d'accompagnement]. »

« En gardant en tête que ce sont des fonds publics qui sont utilisés pour ça, je pense que ce serait préférable d'aller avec des projets professionnels, qui peuvent permettre aux gens d'acquérir de nouvelles connaissances et de compétences. »

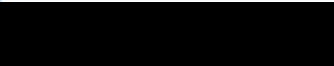
« Je ne saurais pas quoi choisir entre les deux car ils sont liés. »



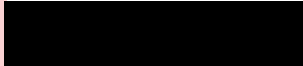
Notre équipe



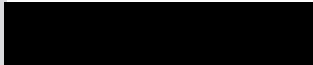
Notre équipe



Directrice de recherche



Analyste de recherche sénior



Coordonnatrice de projets de recherche



Nos services

Léger

Recherche marketing et sondages

Expérience client (CX)

Services de conseil stratégique et opérationnel pour l'expérience client

Léger Analytique (LEA)

Modélisation et analyse de données

Léger Opinion (LEO)

Gestion de panel

Communautés Léger

Gestion de communautés en ligne

Léger DGTL

Stratégie digitale et expérience utilisateur

Recherche internationale

Worldwide Independent Network (WIN)

300

Employé(e)s

185

Consultant(e)s

8

Bureaux

MONTREAL | QUEBEC |
TORONTO | WINNIPEG
EDMONTON | CALGARY |
VANCOUVER | NEW YORK



L'intelligence des données

leger360.com



Diagnostic opérationnel à haut niveau

Privé et confidentiel

Les Offices jeunesse internationaux du Québec (« LOJIQ »)

Décembre 2024

Privé et confidentiel

KPMG S.E.N.C.R.L.
600 boul. De Maisonneuve Ouest
Bureau 500
Montréal, QC, H3A 0A3

Hélène Drainville

Présidente-directrice générale de l'Office Québec-Monde pour la jeunesse (« OQMJ »¹) et secrétaire générale de l'Office franco-québécois pour la jeunesse (« OFQJ ») (conjointement « LOJIQ »)

Le 15 décembre 2024

OBJET : Diagnostic opérationnel à haut niveau

Mme Drainville,

Pour faire suite au mandat que LOJIQ nous a confié le 27 septembre 2024, il nous fait plaisir de vous transmettre notre rapport, incluant les annexes s'y rattachant, qui présente un diagnostic opérationnel à haut niveau de sa structure de gestion et de gouvernance.

Notre rapport, incluant les annexes s'y rattachant, comprend : une description de notre mandat et du contexte dans lequel il s'inscrit, les limites de nos travaux, une analyse de la situation actuelle de LOJIQ, nos constatations générales, l'analyse de deux scénarios possibles comme pistes de solution, ainsi que les limites et restrictions afférentes au présent rapport.

Si vous avez des questions portant sur le présent rapport, n'hésitez pas à communiquer avec nous.

Veuillez agréer, Mme Drainville, l'expression de nos sentiments distingués.

KPMG s.r.l./S.E.N.C.R.L.

¹ Les termes définis par une lettre majuscule sont définis à l'Annexe A du présent rapport



© 2024 KPMG s.r.l./S.E.N.C.R.L., société à responsabilité limitée de l'Ontario et cabinet membre de l'organisation mondiale KPMG de cabinets indépendants affiliés à KPMG International Limited, société de droit anglais à responsabilité limitée par garantie. Tous droits réservés. KPMG et le logo de KPMG sont des marques de commerce utilisées sous licence par les cabinets membres indépendants de l'organisation mondiale KPMG.

Privé et confidentiel | 2



Table des matières

01	Mandat, contexte et limites de nos travaux	04
02	État de la situation pour l'OQMJ et l'OFQJ	06
03	Constatations générales	11
04	Analyse de scénarios possibles	13
05	Conclusion	17
06	Limites et restrictions	20
07	Annexes	22

Mandat, contexte et limite des travaux

Les services de KPMG ont été retenus afin de fournir à LOJIQ un diagnostic opérationnel à haut niveau de sa structure de gestion et de gouvernance.

Dans le cadre de notre mandat, nous avons mené des entrevues ainsi que des analyses opérationnelles et financières. Nous avons également pris en compte certains constats provenant de notre analyse juricomptable pour laquelle KPMG a soumis un rapport en décembre 2024.

À la lumière de ces analyses et considérant le changement de leadership récent de l'organisation, il nous a été demandé par LOJIQ d'explorer de nouveaux modèles de gestion et de gouvernance, dans le but d'optimiser les ressources et d'améliorer la gestion financière de l'organisme.

Limites de nos travaux

Les pages suivantes présentent notre diagnostic opérationnel à haut niveau. Ce diagnostic repose sur deux scénarios qu'on nous a demandé d'analyser et met de l'avant certaines pistes de solution. Il est important de noter que ces pistes de solution devront faire l'objet d'une analyse plus approfondie afin de fournir une vision claire de la situation actuelle de l'organisme ainsi que de ses perspectives d'avenir.

Notre analyse du diagnostic opérationnel s'est limitée aux documents revus (Annexe B) et aux discussions tenues avec certaines parties prenantes. Par exemple, dans le cadre de notre mandat, nous n'avons pas effectué de recherches exhaustives sur l'existence de structures organisationnelles comparables au sein du gouvernement provincial.

Compte tenu de ces limites, les pistes de solution mises de l'avant serviront de fondation à l'étude approfondie d'autres modèles de gestion et de gouvernance qui pourraient intégrer le modèle d'affaires de LOJIQ.

Qu'est-ce que LOJIQ?

LOJIQ est le regroupement d'organismes de mobilité internationale jeunesse qui permet d'offrir un guichet unique :

- L'Office franco-québécois pour la jeunesse (OFQJ – Section Québec) pour les projets de mobilité vers la France.
- L'Office Québec-Monde pour la jeunesse (OQMJ) pour les autres destinations.

LOJIQ administre des programmes de mobilité jeunesse à l'internationale. Ses deux principaux bailleurs de fonds sont le Ministère des Relations internationales et de la Francophonie (MRIF) et le Secrétariat à la jeunesse (SAJ), sous le ministère de la Culture et des Communications.

LOJIQ, incluant la section québécoise de l'OFQJ, relève directement de la ministre des Relations internationales et de la francophonie.

La Fondation LOJIQ est un organisme de bienfaisance. Celle-ci s'occupe de collecter des fonds pour l'OQMJ et l'OFQJ et financer certains projets. Le présent diagnostic opérationnel ne porte pas sur la Fondation LOJIQ.



01

Mandat, contexte et limites de nos travaux

Privé et confidentiel

02

État de la situation pour l'OQMJ et l'OFQJ

État de la situation pour l'OQMJ et l'OFQJ



Sujet	Description
Forme juridique et gouvernance	L'OQMJ est une société d'État québécoise, sujette à la <i>Loi sur la gouvernance des sociétés d'État</i> (chapitre G-1.02) du Québec. À ce titre, l'OQMJ est tenu de respecter les mêmes principes de gouvernance et politiques gouvernementales que les autres sociétés d'État, incluant celles de plus grande envergure, telle que la Société des loteries du Québec ou la Société de l'assurance automobile du Québec. • Conseil d'administration • Nomination des membres par le gouvernement; • Proportion minimale de 2/3 de membres indépendants; • Représentation minimale de femmes, de jeunes et de personnes issues de la diversité; • Constitution de comités: 1) gouvernance et éthique, 2) audit et 3) ressources humaines. • Reddition de comptes • Plan stratégique (incluant: mission, enjeux, orientations stratégiques, objectifs, indicateurs de performance, etc.) • Rapport annuel de gestion (incluant: sommaires des comités du CA, renseignements sur les membres du CA, rémunérations des membres du CA et des cinq dirigeants les mieux rémunérés, etc.) • Rapport (aux 10 ans) sur l'application de la <i>Loi sur la gouvernance des sociétés d'État</i> (incluant: actualisation de la mission, évaluation de l'efficacité et de la performance de la société, etc.)
	L'OFQJ est un organisme bi-gouvernemental implanté en France et au Québec, issue d'une entente internationale entre la France et le Québec. Comme l'OFQJ n'est pas une société d'État, celui-ci n'est pas gouverné par la <i>Loi sur la gouvernance des sociétés d'État</i>. • Conseil d'administration • Co-présidé par la ministre des Relations internationales et de la Francophonie et ministre responsable de la Condition féminine (Québec) et par le ministre des Sports, de la Jeunesse et de la Vie associative (France) • Les membres du CA sont des représentants des pouvoirs publics et de la société civile, autant pour le Québec que la France. • Le CA siège annuellement, alternativement au Québec et en France.

État de la situation pour l'OQMJ et l'OFQJ (suite)

	Sujet	Description
	Conseils d'administration	OQMJ: - Le conseil d'administration est présentement composé de 13 membres (sur une possibilité de 15); - Pour l'exercice 2023-2024, la rémunération des membres (52 625\$) et le remboursement des dépenses (780\$) se sont élevés à 53 405\$. OFQJ: - Le conseil d'administration est présentement composé de 16 membres; - Les coûts associés au conseil d'administration n'étaient pas disponibles pour nos travaux à la date du présent livrable.
	Ressources humaines	OQMJ et OFQJ (section québécoise): - Il y a une vingtaine d'employés au sein de LOJIQ, répartis administrativement entre l'OQMJ (11 employés) et l'OFQJ (9 employés); - Ce sont les mêmes employés qui travaillent pour l'OQMJ et l'OFQJ (section québécoise). Nous avons été informés que ces employés ne font pas vraiment de distinction à savoir s'ils travaillent pour l'une ou l'autre des entités, puisque leurs tâches sont les mêmes; - Il y a deux conventions collectives distinctes pour LOJIQ.
	Gestion des contrats	OQMJ: - En matière contractuelle, l'OQMJ est soumis à la <i>Loi sur les contrats des organismes publics du Québec</i> et doit respecter les exigences en matière d'octroi de contrats de biens et services (gré à gré, appel d'offres sur invitation, appel d'offres publics) selon les seuils monétaires établis par la loi. OFQJ: - L'OFQJ peut appliquer des pratiques distinctes en matière contractuelle. Il n'y a pas de règles internes sur le mode de gestion des contrats de l'OFQJ ainsi que sur les modalités contractuelles permettant de conclure un contrat auprès de l'OFQJ, même si l'OQMJ pourrait en bénéficier en plus grande partie selon la répartition du 70% / 30% établie dans les états financiers des entités.

État de la situation pour l'OQMJ et l'OFQJ (suite)



Sujet	Description								
Finances	OQMJ et OFQJ (section québécoise): • L'OQMJ fournit à l'OFQJ, dans la mesure et aux conditions que chacun détermine, des services de gestion des ressources financières, humaines, matérielles et technologiques. Au 31 mars 2024, la répartition appliquée était de 70% pour l'OQMJ et 30% pour l'OFQJ. Nous comprenons que cette répartition est une estimation à haut niveau. • Les deux entités font l'objet d'audits financiers annuels distincts, effectuées par des auditeurs externes distincts. • La gestion financière des deux sections de l'OFQJ (sections québécoise et française) est distincte. Chacune dispose d'une autonomie de gestion, justifiée par les différences de moyens, de contextes et de pratiques. • Les présentations financières de l'OFQJ de ce rapport <u>portent seulement sur la section québécoise de l'OFQJ</u>, pour laquelle nous avons les états financiers.								
	Performances financières aux 31 mars 2023 et 2024								
	<table><tr><td>OQMJ:</td><td>OFQJ (section québécoise):</td></tr><tr><td>• 2023: déficit de (181 345)\$</td><td>• 2023: déficit de (277 831)\$</td></tr><tr><td>• 2024: déficit de (388 821)\$</td><td>• 2024: déficit de (334 353)\$</td></tr><tr><td>Total pour 2023 et 2024: (570 166)\$</td><td>Total pour 2023 et 2024: (612 184)\$</td></tr></table>	OQMJ:	OFQJ (section québécoise):	• 2023: déficit de (181 345)\$	• 2023: déficit de (277 831)\$	• 2024: déficit de (388 821)\$	• 2024: déficit de (334 353)\$	Total pour 2023 et 2024: (570 166)\$	Total pour 2023 et 2024: (612 184)\$
	OQMJ:	OFQJ (section québécoise):							
	• 2023: déficit de (181 345)\$	• 2023: déficit de (277 831)\$							
• 2024: déficit de (388 821)\$	• 2024: déficit de (334 353)\$								
Total pour 2023 et 2024: (570 166)\$	Total pour 2023 et 2024: (612 184)\$								
→ Déficit total pour LOJIQ de 1 182 350\$ sur deux ans.									
• Nous comprenons que ces déficits ont été épongés par les surplus disponibles des deux entités. Selon les états financiers au 31 mars 2024, ces surplus sont de 1 555 317\$ pour l'OQMJ et sont déficitaires de (32 130\$) pour l'OFQJ. • Pour l'exercice financier se terminant le 31 mars 2025, nous avons été informés par la direction de LOJIQ que des déficits cumulés pour les deux entités d'environ (1 500 000\$) sont prévus dans le budget prévisionnel approuvé par le CA, soit équivalent à la somme totale des surplus disponibles pour les deux entités.									

Analyse des dépenses en frais d'administration

LOJIQ

Données provenant des états financiers audités au 31 mars 2024 de l'OQMJ, qui incluent l'OQMJ et la section québécoise de l'OFQJ.

	Mars 2024		Mars 2023	
Financement	11,2 M\$		9,5 M\$	
Dépenses (excluant la contribution aux programmes)				
Salaires	3,2 M\$	29%	3,4 M\$	35%
Frais administratifs ²	1,7 M\$	15%	1,1 M\$	12%
Total	4,9 M\$		4,5 M\$	
Ratio dépenses (excluant la contribution aux programmes)	44 %		47 %	

OFQJ

Données provenant des états financiers audités au 31 mars 2024 de l'OFQJ (qui incluent les sections québécoise et française).

	Mars 2024		Mars 2023	
Financement	2,6 M\$		2,1 M\$	
Dépenses (excluant la contribution aux programmes)				
Salaires	0,9 M\$	35%	1,0 M\$	48%
Frais administratifs ²	0,6 M\$	23%	0,4 M\$	19%
Total	1,5 M\$		1,4 M\$	
Ratio dépenses (excluant la contribution aux programmes)	58 %		67 %	

En moyenne pondérée, 46% des sommes ne sont pas destinées aux programmes ou aux participants.

En d'autres termes, au 31 mars 2024, LOJIQ a distribué environ 6,6 M\$³ pour des programmes tandis que les frais administratifs associés à ces opérations s'élèvent à 4,9 M\$, représentant ainsi 74% des dépenses totales des programmes.

² Pour LOJIQ, les frais administratifs incluent les postes Communications, Licences et autres charges informatiques, Amortissement des immobilisations corporelles et Fonctionnement. Pour l'OFQJ, les frais administratifs incluent les postes Communications et promotions et Frais généraux et administratifs.

³ Soit la somme de 1,6 M\$ pour les programmes de l'OFQJ (section québécoise) et de 5 M\$ pour les Programmes et activités de développement de l'OQMJ, selon les états financiers de l'OQMJ.

03

Constatations générales

Privé et confidentiel

Constatations générales pour LOJIQ

À la lumière de l'analyse de la situation actuelle de l'OQMJ et de l'OFQJ, il en ressort les grandes constatations suivantes:

Gouvernance complexe

Lourdeur administrative

Importants déficits (passés et projetés)

Frais d'administration élevés

Gouvernance complexe

Au total, les CA de l'OQMJ et de l'OFQJ (section québécoise) comptent 21 membres administrateurs. En comparaison, LOJIQ ne dispose que d'environ 20 employés, ce qui fait paraître cette structure de gouvernance disproportionnée.

Importants déficits

LOJIQ a enregistré un déficit total de (1 182 350\$) sur deux ans, compensé par les surplus disponibles des deux entités.

De plus, pour l'exercice se terminant le 31 mars 2025, des déficits cumulés d'environ 1,5 M\$ sont prévus, correspondant à la somme totale des surplus disponibles des deux entités.

Lourdeur administrative

Malgré sa taille modeste, LOJIQ doit gérer plusieurs aspects administratifs (par ex. reddition de comptes, relations avec les syndicats, audits externes). Ces exigences nécessitent des ressources importantes relativement à l'ampleur de ses opérations (contributions aux programmes d'environ 6,6 M\$ en 2024⁴).

Frais d'administration élevés

En moyenne 46% des sommes ne sont pas destinées aux programmes ou aux participants. Cette proportion est élevée et peut être en partie attribuée à la gouvernance complexe et à la lourdeur administrative de l'organisation indiquées ci-dessus.

⁴ Nous avons été informés par la direction de LOJIQ que 2024 était une année exceptionnelle en matière de contribution aux programmes, due aux fonds accumulés pendant les années de la pandémie. Dans une année normale, le budget pour les programmes s'élève à environ 3,2 M\$.

04

Analyse de scénarios possibles

Analyse de scénarios possibles

Notre analyse de la situation actuelle de LOJIQ et des constatations générales qui en découlent, principalement en ce qui a trait à la situation financière, nous permettent de constater l'ampleur des défis de l'organisme. Ces défis s'ajoutent aux analyses opérationnelles et financières que KPMG a effectuées dans le cadre de son mandat **juricomptable**, et dont le rapport a également été déposé en décembre 2024.

Dans le cadre du présent mandat de diagnostic opérationnel, nous avons effectué une évaluation à haut niveau de la structure de gestion et de gouvernance de LOJIQ. Nous avons analysé deux scénarios, lesquels ont été proposés par la direction de LOJIQ susceptibles d'offrir des solutions aux défis actuels présentés ci-dessus.

Il est important de souligner dès le départ que ces deux scénarios **préservent la structure de l'OFQJ**, conformément à ce qui a été proposé par la direction de LOJIQ, et dont notre compréhension du raisonnement est plus amplement expliqué ci-contre.

Rappel des limites du diagnostic opérationnel à haut niveau

Le diagnostic opérationnel présenté met en lumière des pistes de solution basées sur une **perspective externe**. Il est important de noter que ces pistes de solution devront faire l'objet d'une analyse plus approfondie afin de fournir une vision claire de la situation actuelle de l'organisme ainsi que de ses perspectives d'avenir.

Il est également précisé que l'analyse s'est limitée aux documents examinés et aux discussions avec certaines parties prenantes, sans inclure d'autres recherches sur des structures organisationnelles comparables, **ce qui souligne les limites de l'étude et la nécessité d'explorer d'autres modèles de gestion et de gouvernance.**

Pourquoi conserver la structure actuelle de l'OFQJ?

Il a été porté à notre attention que:

Depuis sa création en 1968, l'OFQJ a pour but de contribuer au rapprochement des jeunes françaises et québécoises par des programmes de mobilité et d'échanges.

Une gouvernance bilatérale a été mise en place, caractérisée par une co-présidence et un secrétariat général représentés par la France et le Québec. Cette structure assure une interconnexion essentielle au bon fonctionnement de l'organisme.

L'OFQJ bénéficie d'un riche héritage tant en France qu'au Québec. Fort de cet héritage, l'OFQJ contribue au maintien de bonnes relations internationales et d'une saine diplomatie entre les deux nations. C'est pourquoi il a été recommandé par la direction de LOJIQ que le mode de fonctionnement et le conseil d'administration restent inchangés dans le cadre de ce diagnostic opérationnel.

En outre, l'OFQJ est constitué en vertu d'une entente internationale ratifiée par les deux gouvernements, à savoir *l'Entente entre le gouvernement du Québec et le gouvernement de la République française relative à l'Office franco-québécois pour la jeunesse* (chapitre O-5.01, r. 1). Cette base légale renforce, selon la direction de LOJIQ, la légitimité et la pérennité de l'OFQJ dans ses actions et ses projets.



Scénario 1: *Statu quo* avec apport financier

01

Le **scénario 1** maintient la structure de gestion et de gouvernance actuelle tout en initiant une analyse visant à alléger d'autres processus internes.

Maintenir le *statu quo* avec un apport financier supplémentaire potentiel

- Cette option **conserve cependant la complexité actuelle de LOJIQ.**

Avantages

- ✓ Peu d'impact sur les équipes opérationnelles⁵ actuelles pour qui les dernières années ont pu être difficiles considérant le contexte de travail
- ✓ Opportunité de mettre en place les efforts d'optimisation (qui sont également nécessaires pour le scénario 2)

Inconvénients

- ✗ Malgré les efforts d'optimisation, conservation d'une structure de gestion et de gouvernance complexe et coûteuse
- ✗ Nécessité d'un apport financier important à obtenir, qui peut être difficile dans un contexte d'économies de coûts au sein du gouvernement

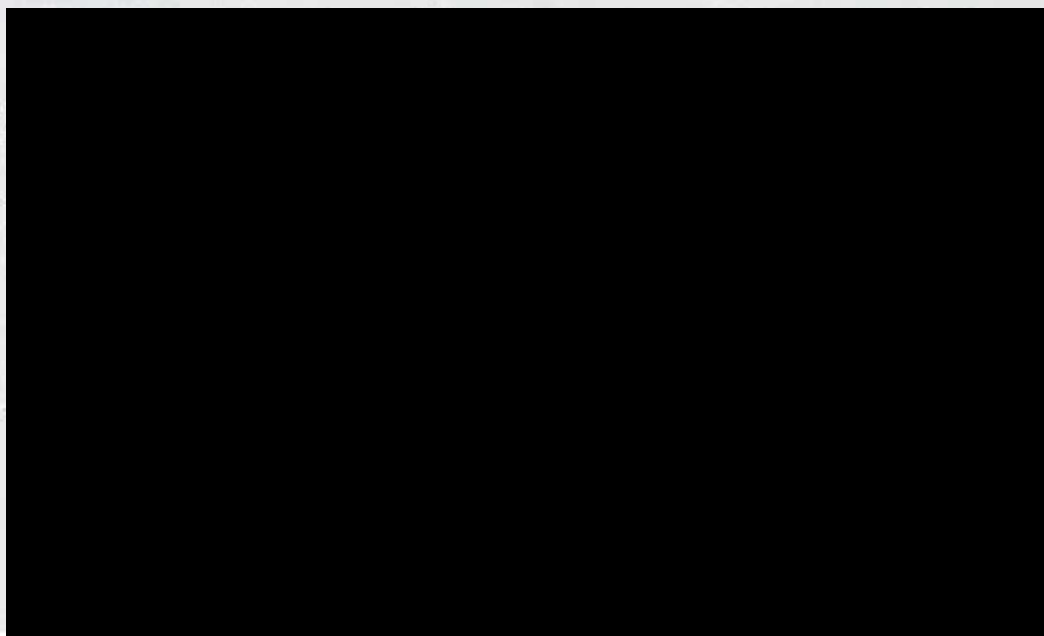
⁵ Outre les employés impliqués dans les services administratifs qui seraient impartis.

Scénario 2 : Intégration de l'OQMJ au MRIF

02

Le scénario 2, certes plus ambitieux en matière de transformation, a le potentiel de revoir plus en profondeur les défis auxquels l'organisation est confrontée.

Envisager une intégration de l'OQMJ au sein du MRIF



Avantages

- ✓ Simplification de la gestion et de la gouvernance pour une concentration sur la mission de l'organisme. Abolition de la société d'État OQMJ et de son CA.
- ✓ Meilleures synergies avec les autres directions du MRIF et diminutions de coûts (impartition et autres coûts comme les salaires de la direction (PDG et autres directeurs), les loyers et les services professionnels.

Inconvénients

- ✗ Une fusion des opérations peut entraîner des enjeux opérationnels lors de l'intégration, comme des désalignements des processus et des incertitudes au niveau des équipes.
- ✗ Un apport financier supplémentaire pourrait être également nécessaire à court terme, le temps que les synergies se concrétisent.

* Par exemple, il existe des ententes de services entre la Société de financement des infrastructures locales du Québec (SOFIL) et le ministère des Finances, le ministère des Affaires municipales et de l'Habitation et le ministère des Transports et de la Mobilité durable, où la SOFIL externalise la gestion de ses affaires (par exemple, les opérations bancaires, la comptabilité et le secrétariat) à ces ministères, mais conserve son propre conseil d'administration. <https://www.sofil.gouv.qc.ca/mission-et-loi.asp>



© 2024 KPMG s.r.l. E.N.C.R.L., société à responsabilité limitée de l'Ontario et cabinet membre du réseau mondial KPMG. Les cabinets indépendants affiliés à KPMG International Limited, société de droit anglais à responsabilité limitée par garantie. Tous droits réservés. KPMG et le logo de KPMG sont des marques de commerce déposées sous licence par les cabinets membres indépendants de l'organisation mondiale KPMG.

Privé et confidentiel | 16

05

Conclusion

Privé et confidentiel

Conclusion

En conclusion, le présent rapport de diagnostic opérationnel à haut niveau de la structure de gestion et de gouvernance de LOJIQ permet de constater une situation actuelle difficilement soutenable à court terme, en particulier en ce qui concerne la santé financière de l'organisme. Pour envisager un retour à l'équilibre budgétaire, des réductions des contributions aux programmes pourraient être envisagées. Toutefois, avec des frais administratifs moyens s'élevant à 46%, il est légitime de se demander si une analyse approfondie de toutes les dépenses de l'organisme serait à prioriser.

Ce rapport présente une analyse à haut niveau de deux scénarios potentiels, suggérés par la direction de LOJIQ. Dans les deux scénarios, et en accord avec certains constats du rapport juricomptable de KPMG de décembre 2024, **un exercice d'optimisation des coûts s'avère indispensable pour faire face aux contraintes budgétaires de l'organisation.**

D'autres scénarios, tels que des approches hybrides ou des intégrations avec d'autres ministères que le MRIF, pourraient également être envisagés.

06

Limites et restrictions

Privé et confidentiel

Limites et restrictions

Ce rapport, incluant les annexes et les pièces et les pièces jointes s'y rattachant, a été préparé dans l'unique but d'assister LOJIQ dans le cadre du présent mandat et est destiné à être présenté à la nouvelle PDG de LOJIQ, au Sous-Ministre des Relations internationales et Francophonie, à la Présidente du CA de l'OQMJ et au représentant du Secrétariat aux emplois supérieurs, et il est destiné seulement à cette fin. Ce rapport, incluant les annexes et les pièces et les pièces jointes s'y rattachant, n'est pas destiné à la distribution ou à la publication générale et ne doit pas être reproduit ou utilisé à des fins autres que celles mentionnées ci-dessus et dans le but décrit ci-dessus. Nous n'assumons aucune responsabilité ou obligation relativement à tout coût, préjudice financier, perte ou dépense subis par LOJIQ ou aucune autre partie impliquée dans ledit litige qui pourrait résulter de la distribution, publication, reproduction ou utilisation de ce rapport, incluant les annexes et les pièces et les pièces jointes s'y rattachant, contraire aux dispositions indiquées dans le présent paragraphe.

De plus, nous n'assumons aucune responsabilité ou obligation relativement à tout coût, préjudice financier, perte, ou dépense subis par quiconque et qui pourrait résulter de la distribution, publication, reproduction ou utilisation de ce rapport, incluant les annexes et les pièces et les pièces jointes s'y rattachant. Pour éviter tout doute, ce rapport, incluant les annexes et les pièces et les pièces jointes s'y rattachant, ne peut pas être divulgué, copié, cité ou référé dans son ensemble ou en partie, que ce soit pour les fins de toutes autres procédures légales, procédures disciplinaires ou autre, sans notre consentement écrit au préalable dans chaque cas spécifique.

Ce rapport, incluant les annexes et les pièces et les pièces jointes s'y rattachant, a été partiellement préparé à l'aide de nos notes manuscrites prises lors des entrevues réalisées. Ces entrevues ne peuvent décrire que partiellement certains faits ou situations et nous ne sommes pas en mesure, en date du présent rapport, de vérifier l'exhaustivité et l'exactitude de toutes les informations qui nous ont été communiquées par les personnes rencontrées. Par conséquent, nous ne pouvons affirmer que tous leurs commentaires reflètent avec précision ce qui s'est réellement produit.

Ce rapport, incluant les annexes et les pièces et les pièces jointes s'y rattachant, doit être considérée comme un tout. Considérer certaines portions de ce rapport hors contexte ou séparément, sans tenir compte de l'ensemble des annexes et des pièces jointes, pourrait conduire à une compréhension incomplète de celui-ci.

Nos observations sont fondées exclusivement sur les informations présentées à l'Annexe B du présent rapport. Ces informations n'ont pas été auditées ni par ailleurs vérifiées par nous quant à leurs précision, exactitude ou exhaustivité. Ainsi, nous n'exprimons aucune opinion sur celles-ci. Les résultats de nos travaux pourraient être affectés de façon significative dans l'éventualité où la documentation examinée ne soit pas complète ou que la documentation examinée soit erronée.

Si toute autre information qui nous a été fournie s'avérait non factuelle ou inexacte, les analyses et conclusions présentées dans ce rapport pourraient différer de manière importante.

Nous nous réservons le droit, sans y être tenus, de réviser le contenu du présent rapport, incluant les annexes et les pièces et les pièces jointes s'y rattachant, dans l'éventualité où des informations pertinentes relatives au présent mandat seraient portées à notre attention après la date du présent rapport.

Par ailleurs, les observations contenues dans notre rapport, incluant les annexes et les pièces et les pièces jointes s'y rattachant, ne constituent pas et ne sauraient être interprétés comme constituant un conseil ou une opinion juridique.

KPMG s.r.l./S.E.N.C.R.L., société à responsabilité limitée de l'Ontario et cabinet membre de l'organisation mondiale KPMG de cabinets indépendants affiliés à KPMG International Limited, société de droit anglais à responsabilité limitée par garantie. KPMG est une société en nom collectif, mais la responsabilité de ses associés est limitée jusqu'à un certain point. Un associé n'est pas personnellement responsable des dettes et des obligations de la s.r.l. qui découlent des actes de négligence ou des omissions commises par un coassocié ou par une personne placée sous la surveillance directe ou sous la direction de ce coassocié. La loi relative aux sociétés à responsabilité limitée n'a cependant pas pour effet de réduire ou de limiter la responsabilité du cabinet. La garantie d'assurance dont dispose le cabinet est supérieure aux exigences de l'Ordre / des instituts provinciaux des comptables agréés en matière d'assurance-responsabilité professionnelle obligatoire. Sous réserve des autres dispositions des présentes, tous les associés de la s.r.l. continuent d'être personnellement responsables de leurs propres actes et (ou) de ceux des personnes placées sous leur surveillance directe ou sous leur direction.



07

Annexes



© 2024 KPMG s.r.l./S.E.N.C.R.L., société à responsabilité limitée de l'Ontario et société membre du Réseau mondial de l'organisation indépendante KPMG. KPMG s.r.l./S.E.N.C.R.L. est une société à responsabilité limitée par garantie. Tous droits réservés. KPMG et le logo de KPMG sont des marques de KPMG s.r.l./S.E.N.C.R.L. et de la Société membre indépendante de l'organisation mondiale KPMG.

Préparé et communiqué | 21

Annexe A – Glossaire

Au cours de la rédaction de ce livrable, certains termes ont été utilisés afin d'alléger le texte. La liste complète est présentée dans le tableau suivant.

Terme	Définition
CA	Conseil d'administration
KPMG	KPMG s.r.l./S.E.N.C.R.L.
LOJQ	Les Offices jeunesse internationaux du Québec, soit le regroupement de l'OFQJ et l'OQMJ
MRIF	Ministère des Relations internationales et de la Francophonie du Québec
OFQJ	L'Office Québec-Monde pour la jeunesse
OQMJ	L'Office franco-québécois pour la jeunesse
SAJ	Secrétariat à la jeunesse
SOFIL	Société de financement des infrastructures locales du Québec

Annexe B – Liste des documents revus

La liste complète des documents revus dans le cadre de notre mandat est présentée dans le tableau suivant.

Documents :

États financiers audités de l'OFQJ pour l'exercice clos le 31 mars 2024

États financiers audités de l'OQMJ pour l'exercice clos le 31 mars 2024

Organigramme de LOJIQ du 6 septembre 2024

Organigramme du MRIF du 21 novembre 2024

Rapport annuel de gestion de LOJIQ 2023-2024

Rapport d'activité commun France-Québec de l'OFQJ 2023-2024

Site web de LOJIQ <https://www.lojiq.org/>, consulté entre octobre et décembre 2024

Loi sur les contrats des organismes publics (chapitre C-65.1)

Entente entre le gouvernement du Québec et le gouvernement de la République française relative à l'Office franco-québécois pour la jeunesse (chapitre O-5.01, r. 1)

Loi sur le ministère des Relations internationales (chapitre M-25.1.1, Article 19)

Loi sur la gouvernance des sociétés d'État (chapitre G-1.02)

Entente de service entre SOFIL et le Ministre des Finances, signée le 12 juillet 2021

Site web de SOFIL, <https://www.sofil.gouv.qc.ca/mission-et-loi.asp>, consulté en novembre et décembre 2024

Loi visant le transfert des activités du registraire des entreprises au ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale, sanctionnée le 7 décembre 2016

Loi sur la dissolution de la Société de gestion informatique SOGIQUE, sanctionnée le 16 mai 2012

Loi abolissant le ministère des Services gouvernementaux et mettant en œuvre le Plan d'action 2010-2014 du gouvernement pour la réduction et le contrôle des dépenses en abolissant et en restructurant certains organismes et certains fonds, sanctionnée le 13 juin 2011



kpmg.com/ca/fr

L'information publiée dans le présent document est de nature générale. Elle ne vise pas à tenir compte des circonstances de quelque personne ou entité particulière. Bien que nous fassions tous les efforts nécessaires pour assurer l'exactitude de cette information et pour vous la communiquer rapidement, rien ne garantit qu'elle sera exacte à la date à laquelle vous la recevrez ni qu'elle continuera d'être exacte à l'avenir. Vous ne devriez pas y donner suite à moins d'avoir d'abord obtenu un avis professionnel se fondant sur un examen approfondi des faits et de leur contexte.

© 2024 KPMG s.r.l./S.E.N.C.R.L., société à responsabilité limitée de l'Ontario et cabinet membre de l'organisation mondiale KPMG de cabinets indépendants affiliés à KPMG International Limited, société de droit anglais à responsabilité limitée par garantie. Tous droits réservés. KPMG et le logo de KPMG sont des marques de commerce utilisées sous licence par les cabinets membres indépendants de l'organisation mondiale KPMG.

Privé et confidentiel

Principaux constats

Exercice de révision des programmes
des Offices jeunesse internationaux
du Québec (LOJIQ)

Présentés à
Offices jeunesse internationaux du Québec
par



Octobre 2023

1075, rue Saint-Alexandre, Longueuil (Québec) J4H 3H2
Tél. : 450 670-8952 Téléc. : 450 670-0009
sogemap@sogemap.com
www.sogemap.com

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	1
Méthodologie.....	1
Mise en contexte de l'analyse des programmes de LOJIQ.....	2
PREMIÈRE PARTIE : EST-CE QUE LES PROGRAMMES DE LOJIQ SONT BIEN DÉFINIS ET COHÉRENTS?	3
DEUXIÈME PARTIE : EST-CE QUE LES PROGRAMMES DE LOJIQ ONT UN EFFET SIGNIFICATIF SUR LES JEUNES QUI Y PARTICIPENT?	7
TROISIÈME PARTIE : EST-CE QUE LA GESTION DES PROGRAMMES EST OPTIMALE?	8
QUATRIÈME PARTIE : EST-CE QUE LES PROGRAMMES DE LOJIQ CORRESPONDENT AUX ORIENTATIONS GOUVERNEMENTALES EN MATIÈRE DE MOBILITÉ DES JEUNES?	11
CINQUIÈME PARTIE : DONNÉES STATISTIQUES ET PISTES D'AMÉLIORATION	12
5.1 CLIENTÈLE.....	12
Répartition de la clientèle selon l'âge	12
Région de résidence et diplomation	12
5.2 PROJETS	13
Effort consenti pour le traitement des dossiers (candidatures reçues/analysées et soutenues)	15
Nature des projets initiés et projets à valeur ajoutée et projets déposés :	16
Les partenariats.....	18
La durée de la mobilité.....	19
5.3 GRANDS CONSTATS SELON LES DONNÉES STATISTIQUES	20

INTRODUCTION

Le présent document fait état des principaux constats effectués à la suite de l'exercice de révision des programmes réalisé au cours de l'hiver et du printemps 2023. Les programmes analysés sont :

- Développement de carrière;
- Engagement citoyen;
- Entrepreneuriat;
- Mobilité étudiante.

Méthodologie

L'approche utilisée pour analyser les programmes et évaluer leur fondement s'inspire des règles en vigueur au gouvernement du Québec en matière d'évaluation de programme.

Notre démarche s'est déroulée en trois étapes :

PREMIÈRE ÉTAPE : Élaborer un modèle logique pour chacun des programmes à partir des documents et des renseignements disponibles. Ces modèles logiques devaient permettre de décrire schématiquement chaque programme en précisant les raisons pour lesquelles les programmes ont été mis en place, les cibles sur lesquelles LOJIQ souhaitaient intervenir, les objectifs attendus, les ressources investies, les activités nécessaires à la mise en œuvre des programmes, la nature des projets financés et les effets observés ou attendus.

DEUXIÈME ÉTAPE : Rencontrer les responsables de programme afin de présenter les modèles logiques et discuter des renseignements manquants. Avant cette rencontre, les responsables de programme ont eu plusieurs jours pour prendre connaissance du modèle logique les concernant et soumettre leurs commentaires et réflexions par écrit dans un document qu'ils nous ont transmis. Nous avons pris connaissance de ces documents et convenu d'une rencontre de travail (environ deux heures) avec chacun des responsables de programme. Lors de cette rencontre, nous avons passé en revue les commentaires des responsables et posé des questions sur les informations manquantes pour bien comprendre leur programme et son fonctionnement.

TROISIÈME ÉTAPE : Analyser la rétroaction des responsables de programme et analyser les données disponibles sur les programmes. Après la rencontre des responsables de programme, il a été possible de cibler les données disponibles (mais non compilées) sur la clientèle et la nature des projets compilés. LOJIQ ont mandaté une consultante pour recueillir les données et en faire l'analyse.

Mise en contexte de l'analyse des programmes de LOJIQ

LOJIQ, tel qu'il existe aujourd'hui, sont le résultat à la fois de l'évolution des orientations politiques du gouvernement du Québec en matière de relations internationales et de réorganisations administratives liées le plus souvent à des impératifs budgétaires. De la création de l'Office franco-québécois pour la jeunesse (OFQJ) en 1968 à aujourd'hui, l'offre de service de LOJIQ a dû s'adapter à plusieurs réformes politiques et administratives. En effet, le 1^{er} avril 2018, lors du regroupement des Offices (OQWBJ, OQAJ, OQMJ, OFQJ), une réflexion a été menée sur la présentation de l'architecture des programmes, passant d'un paradigme par territoire à celui par secteurs d'expertise. De plus, la Loi créant le regroupement ouvrait sur d'autres territoires, à savoir le Québec et le Canada. Ainsi, le nom des programmes a changé, des territoires de mobilité se sont ajoutés et de nouvelles clientèles ont été ciblées; l'organisation du travail a donc été profondément modifiée. Malgré des changements importants, il n'y a jamais eu d'évaluation de l'effet de ces changements sur l'offre de service de LOJIQ et leur programmation. La révision actuelle des programmes est donc l'occasion de faire le point sur la situation.

Dans le cadre de notre mandat, quatre grandes questions ont guidé notre analyse. Ces questions abordent la pertinence, l'efficacité et l'efficacités des programmes :

1. Est-ce que les programmes sont bien définis et cohérents?
2. Est-ce que les programmes ont un effet significatif sur les jeunes qui y participent?
3. Est-ce que la gestion des programmes est optimale?
4. Est-ce que les programmes correspondent aux orientations gouvernementales en matière de mobilité des jeunes?

PREMIÈRE PARTIE : EST-CE QUE LES PROGRAMMES DE LOJIQ SONT BIEN DÉFINIS ET COHÉRENTS?

L'offre de service de LOJIQ se présente sous plusieurs formes.

- Au moment où nous avons réalisé notre mandat, l'offre de service de LOJIQ comptait quatre programmes, quatorze volets et deux initiatives. Cette offre de service permet de financer une grande variété de projets sur le plan du secteur d'activités, de la nature du projet, du lieu et de sa durée.
- Pour chacun des volets (sauf Mentorat d'affaires) et des initiatives, il peut y avoir des projets déposés et des projets initiés.
 - Les **projets déposés** sont une initiative de jeunes qui élaborent leur propre projet. Le rôle du personnel de LOJIQ (technicien et chargé de projet) est de s'assurer que le projet proposé cadre avec les objectifs d'un des programmes, qu'il est réalisable et que le participant est admissible. À l'initiative du chargé de projet, le jeune peut se voir proposer un autre programme mieux adapté ou (selon une grille établie par la direction de programme) une bonification de son projet si les budgets de LOJIQ le permettent. Il est également possible pour plusieurs jeunes de déposer un projet de groupe.
 - Les **projets initiés** sont conçus à l'initiative des chargés de projet ou en réponse à la proposition d'un partenaire. Le projet est conçu en accord avec les objectifs des programmes et le participant s'engage à prendre part au projet selon les conditions préétablies. Les projets initiés offrent des opportunités à des jeunes qui n'ont pas déjà les connaissances, les moyens et le réseau pour développer des projets par eux-mêmes.
 Depuis un peu plus d'un an, il existe des **projets initiés à valeur ajoutée**. Ces projets sont généralement amorcés par un partenaire de longue date et auquel LOJIQ apportent une bonification. Étant donné que les participants sont choisis par le partenaire, LOJIQ lui transfère la responsabilité du suivi des jeunes et ne s'occupe que du volet mobilité. « LOJIQ deviennent alors davantage un bailleur de fonds et moins un opérateur de projets. » Dans ce type de projets, LOJIQ a donc peu de contact avec les participants.
- Le seul lien qui unit les projets financés par LOJIQ est la mobilité. Au-delà des 14 volets, les chargés de projet ont beaucoup de latitude pour « maximiser l'expérience de mobilité » du participant ou pour « s'adapter aux réalités des partenaires ». Comme l'indique un responsable de programme, « tout est possible et c'est l'intérêt du jeune qui prime ».
- Tout au long des entrevues que nous avons eues avec les responsables de programmes, nous avons entendu beaucoup de cas de projets où les chargés de projet vont s'adapter aux situations afin de permettre que les projets jugés de qualité puissent se réaliser. Cela nous permet de conclure que les descriptions de programmes et de volets sont davantage utilisées comme balises pour juger de la recevabilité d'un projet que comme des critères de sélection stricts.
- Pour ce qui est du concept de mobilité, il n'est pas clairement défini. En fait, il n'y a pas de seuil minimal de mobilité (sur le plan de la durée et de la distance). Ainsi, LOJIQ peuvent financer des projets d'une seule journée au Québec pour assister à une conférence.

Il a été difficile de documenter avec précision chacun des programmes.

- Au moment où nous avons fait l'analyse des programmes, il n'existait pas de documents qui nous permettaient d'avoir une description précise de chaque programme, notamment pour déterminer la raison d'être, les objectifs, la clientèle et les critères de sélection. Il a été nécessaire de recueillir des documents internes et de consulter les gestionnaires de programme afin de comprendre la spécificité de chacun des programmes et de les documenter. De plus, dans certains cas, il a fallu avoir recours à la mémoire des personnes en poste pour comprendre les raisons qui ont mené LOJIQ à réorienter un programme, à cibler des catégories de clientèles différentes, à modifier les règles d'admission, à transférer des clientèles dans un autre programme ou encore à modifier l'approche avec les partenaires.
- Les programmes ne sont pas justifiés par des problématiques documentées. Leur raison d'être se base uniquement sur les facteurs positifs de la mobilité et la nécessité d'adapter les programmes et volets en fonction d'un domaine d'activités ou d'un profil de jeunes (ou les deux).

Les raisons qui justifient une aide à la mobilité demeurent à documenter.

- Personne ne remet en question les avantages de la mobilité des jeunes sur leur développement et leur intégration socioprofessionnelle. Par ailleurs, quelle est la situation des jeunes au Québec en matière de mobilité? Est-ce que le niveau de mobilité des jeunes Québécois se compare à ce que l'on retrouve au Canada? Quel est le profil socioéconomique de ceux qui sont le moins mobiles? Quels sont les obstacles à la mobilité? Quel type de mobilité doit être favorisé (régions du Québec, provinces canadiennes, international)? Le contexte de plein emploi est-il un frein à la mobilité?
- C'est sur ce genre de questionnement que doivent se prendre les décisions à propos des programmes et, actuellement, LOJIQ n'ont pas les renseignements ni les données pour répondre à ces questions.

Les objectifs demeurent généraux, difficilement mesurables et, dans certains cas, difficilement atteignables compte tenu de l'expérience de mobilité qui est offerte par LOJIQ.

- Pour une gestion par résultats, les objectifs doivent être précis (quantifiés), mesurables et délimités dans le temps. Par exemple, augmenter de 15 % d'ici 5 ans la participation à une expérience internationale de plus d'un mois à de jeunes diplômés en agriculture constitue un objectif précis. Par ailleurs, pour fixer un objectif aussi précis, il est nécessaire de connaître la situation de la mobilité de la clientèle avant la mise en œuvre du programme.
- La majorité des objectifs ciblés sont formulés comme des moyens d'intervention. Par exemple, enrichir le cursus académique, vivre une expérience interculturelle, accéder à des réseaux de diffusion, initier à l'entrepreneuriat, transformer une idée en projet, etc.

- Exemples de questions qui pourraient être posées pour définir les objectifs des programmes :
 - Sur quelles situations (cibles) souhaitons-nous agir?
 - Combien de jeunes devraient participer au programme (ou volet) annuellement?
 - Quel effet doit avoir la participation au programme (ou volet) sur le jeune à court terme? (Durant l'activité de mobilité ou immédiatement après)
 - Quel effet doit avoir la participation au programme (ou volet) sur le jeune à moyen terme? (Période déterminée en fonction de la nature du programme)
 - Quel effet doit avoir la participation au programme (ou volet) sur le jeune à long terme?

Bien que les programmes soient ouverts à tous les secteurs d'activités, les projets dans le secteur culturel semblent représenter une proportion importante des projets financés.

- Il n'existe pas de statistiques sur la répartition des projets financés par secteurs d'activités. Cependant, les rencontres avec les responsables de programmes nous indiquent qu'il s'agit d'un secteur important. Historiquement, les programmes de l'OFQJ ont toujours accordé une grande importance au secteur culturel et cela est demeuré malgré les réformes administratives et de programmes.
- Comme l'indique une personne consultée : « LOJIQ sont connu et reconnu dans le milieu culturel comme un bailleur de fonds qui soutient les jeunes en début de carrière, soit avant que ceux-ci ne soient admissibles au soutien des conseils des arts. Il y a une volonté que la clientèle du milieu culturel se reconnaisse dans les services offerts par LOJIQ et pour assurer une continuité avec les actions de coopération culturelle mises en œuvre depuis 55 ans par l'OFQJ. »
- Il est difficile de déterminer si LOJIQ et son personnel se donnent les moyens de développer leur expertise dans d'autres secteurs d'activités.

Les critères d'admissibilité tels qu'ils sont définis font en sorte que les programmes ne sont pas mutuellement exclusifs.

- Un jeune qui a un projet de mobilité pourrait être admissible dans plus d'un programme ou dans plusieurs volets.
- Cette situation fait en sorte qu'il est difficile de comprendre les raisons qui amènent LOJIQ à accepter un projet dans un programme plutôt que dans un autre. Il arrive même que les chargés de projet admettent un jeune dans un programme (ou volet) parce qu'il n'y a plus de place dans celui pour lequel le projet est déposé.
- Les programmes de LOJIQ permettent à des jeunes de multiplier des projets de mobilité tout au long de leur vie de jeune adulte.
- De 18 à 35 ans, un jeune peut participer jusqu'à un maximum de 14 projets. Il peut être soutenu dans le même volet ou dans des volets différents. Cependant, il ne peut pas être soutenu pour un projet récurrent à moins de démontrer une progression de sa démarche. Dans ce cas, le jeune a droit à un maximum de deux participations pour le même projet.

Une des particularités de l'offre de service est les projets initiés par LOJIQ.

- Il est difficile de comprendre sur quelle base se prennent les décisions lors de la création d'un projet initié par un chargé de projet. Est-ce que le projet répond à la demande de jeunes? Est-ce que les représentants du milieu concerné par le projet ont fait des démarches auprès du chargé de projet? Est-ce que la raison d'être du projet est simplement basée sur la perception du chargé de projet?
- Les réponses à ces questions sont d'autant plus importantes que ces projets sont énergivores en temps (de la part du chargé de projet) pour LOJIQ. Au cours des dernières années, les projets initiés ont augmenté de manière significative alors que les projets déposés ont connu une forte diminution.

DEUXIÈME PARTIE : EST-CE QUE LES PROGRAMMES DE LOJIQ ONT UN EFFET SIGNIFICATIF SUR LES JEUNES QUI Y PARTICIPENT?

Il n'existe aucune donnée permettant d'évaluer les effets de la participation à un programme sur les jeunes.

- Le seul outil disponible actuellement pour déterminer l'effet des programmes est un questionnaire transmis aux participants trois mois après la fin de leur projet de mobilité. Ce questionnaire est principalement orienté vers la satisfaction du participant et non sur l'effet du programme sur leur développement ou cheminement personnel et professionnel ou leur intégration socioprofessionnelle. De plus, les renseignements recueillis par ce questionnaire ne sont ni traités statistiquement ni exploités pour des fins de recentrage ou d'amélioration continue du projet.
- Faute de statistiques précises sur les participants, il devient également impossible de déterminer si la clientèle priorisée par les programmes ou volets est réellement celle qui a participé à un projet de mobilité.
- Pour déterminer l'efficacité des programmes, LOJIQ se basent principalement sur la perception des chargés de projet et des responsables de programmes.

TROISIÈME PARTIE : EST-CE QUE LA GESTION DES PROGRAMMES EST OPTIMALE?

Les programmes et volets ciblent des clientèles, mais faute de critères d'admissibilité précis, ils demeurent accessibles à tous.

- Les critères de sélection et de fonctionnement peuvent laisser place à beaucoup d'interprétation de la part des chargés de projet dans le choix des projets et l'admissibilité des candidats. Par exemple :
 - Le programme Entrepreneur s'adresse aux entrepreneurs ou aux entrepreneurs en devenir;
 - Le programme Engagement citoyen s'adresse à des jeunes déjà engagés ou souhaitant s'engager;
 - Le programme Mobilité étudiante s'adresse à la fois aux jeunes en éducation aux adultes et à ceux en formation professionnelle, au collégial ou à l'université.
- Les termes « expérience pertinente », « jeune professionnel » sont interprétés avec beaucoup de souplesse ou largesse, de sorte qu'ils ne constituent pas un critère de sélection. Le terme « jeune professionnel » peut correspondre à un « jeune qui est actif ou qui est sur le point de l'être dans le secteur de son choix ». Le terme « expérience pertinente » sera interprété comme un jeune en voie d'acquiescer une expérience.
- Le plus souvent, c'est l'intérêt démontré par le jeune qui peut l'amener à s'inscrire à l'un ou l'autre des programmes et non son profil. Le principal piège d'une telle approche est de soutenir la mobilité de jeunes qui sont les plus aptes à réussir leur projet sans le soutien de l'État ou encore de soutenir des jeunes qui ont déjà une expérience de mobilité.
- Un certain nombre de jeunes n'ont pas l'âge admissible au moment du début du projet ou au moment de la fin du projet. Par exemple, il arrive que des jeunes de 17 ans soient acceptés parce qu'ils auront 18 ans à la fin du projet. À l'inverse, certaines personnes terminent leur projet alors qu'elles ont plus de 35 ans.
- La procédure d'admission apparaît complexe sur le site de LOJIQ, mais elle est en réalité beaucoup plus simple si le jeune contacte un chargé de projet ou un membre du personnel de LOJIQ.

Il n'y a pas de balise pour s'assurer qu'un jeune a réellement besoin de participer à un programme de LOJIQ pour faciliter son intégration socioprofessionnelle.

- Des néo-Québécois peuvent se faire financer un projet dans leur pays d'origine.
- Des jeunes déjà très mobiles peuvent cumuler des projets de mobilité.

Il y a trop peu de données disponibles sur le fonctionnement et le suivi des programmes.

- Au moment où nous avons fait la révision des programmes, il y avait très peu de données disponibles. Certaines informations que nous avons demandées étaient accessibles dans le système informatique, mais il a été difficile de les traiter et de les extraire sous forme de statistique.
- Les données sur le fonctionnement et le suivi des programmes sont une aide à la décision afin de déterminer la pertinence de certains volets ou types de projets. Exemples de données manquantes sur le fonctionnement des programmes :
 - Ressources financières investies annuellement par volet et type de projet (initié et déposé).
 - Contribution financière des partenaires par programme et volet.
 - Nombre de projets financés selon la nature du projet et le domaine d'activité.
 - Durée des projets par programme, volet et type de projet (initié et déposé).
 - Lieu du projet par programme, volet et type de projet (initié et déposé).
 - Raisons des demandes refusées par programme et volet.

Il y a peu ou pas de statistiques qui sont produites sur le profil des clientèles par programme et par volet.

- La majorité des renseignements recueillis à la discrétion du participant lors de l'inscription à un programme ne sont pas codifiés dans une base de données ni traités statistiquement. Il y a donc une absence de statistiques sur la clientèle (par programme et par volet) qui empêche de déterminer à quel segment de la clientèle 18-35 ans les programmes s'adressent réellement.

Beaucoup de décisions sont prises sur les programmes et volets en fonction de perceptions.

- Nous comprenons des rencontres que nous avons eues avec les responsables de programme que des bilans sont faits chaque année sur la qualité des projets, sur les problèmes rencontrés et sur les améliorations qui pourraient être apportées. Cependant, ces bilans sont faits à partir des perceptions du personnel de LOJIQ.

La gestion des programmes est beaucoup axée sur l'utilisation des budgets alloués par programme.

- Faute de données précises sur les coûts des projets et les effets obtenus sur la clientèle, l'utilisation des budgets devient le principal indicateur opérationnel pour déterminer le bon fonctionnement des programmes. Pour les gestionnaires de programmes, l'utilisation des budgets alloués devient également un indicateur de popularité et de pertinence des programmes.

Il ne semble pas y avoir une stratégie unifiée de promotion des programmes.

- La promotion des programmes semble se faire en bonne partie de façon informelle par les chargés de projet, les responsables de programme qui utilisent leurs réseaux de contacts pour cibler des projets potentiels et trouver de nouveaux partenaires. Il est difficile de déterminer l'efficacité de cette promotion.
- Cette façon de faire, qui peut être très efficace, a comme principal inconvénient de limiter le rayonnement de LOJIQ au secteur et au territoire où il est déjà très présent.

Le rôle et les mécanismes de collaboration avec des partenaires externes sont peu balisés.

- Selon le programme, un partenaire peut offrir une contribution financière ou en nature.
- Il peut y avoir une signature ou non d'une entente. Certains partenaires apportent une contribution financière sans demander une entente formelle avec LOJIQ, alors que d'autres peuvent n'apporter aucune contribution, mais exigent la signature d'une entente pour collaborer à un projet. Dans certains cas, le partenaire peut simplement exiger une lettre de LOJIQ certifiant un stage ou un projet.
- La contribution des partenaires est multiple : cofinancement du stage, remboursement des repas, remboursement du transport en commun, remise d'un montant fixe, etc.
- Parmi les partenaires, il y a des partenaires réguliers, des partenaires occasionnels et des partenaires qui n'ont participé qu'à un seul projet.
- Il n'y a pas d'analyse des données statistiques sur le nombre de projets initiés et reconduits avec le même partenaire.
- L'évaluation de la qualité du partenariat se fait de façon informelle par le chargé de projet et par les commentaires reçus des participants. Une mauvaise évaluation n'amène pas nécessairement le chargé de projet à assurer le suivi auprès du partenaire.

Le processus d'analyse et d'évaluation des projets déposés est actuellement un processus qui est lourd et qui pourrait être optimisé.

- Les responsables de projets nous ont mentionné que beaucoup de temps est consacré à l'analyse et à l'évaluation des projets ainsi qu'à sa documentation. Une particularité de ce processus est que les projets sont analysés et un résumé du projet est effectué par le chargé de projet de LOJIQ, même si le candidat ou son projet n'est pas admissible.

QUATRIÈME PARTIE : EST-CE QUE LES PROGRAMMES DE LOJIQ CORRESPONDENT AUX ORIENTATIONS GOUVERNEMENTALES EN MATIÈRE DE MOBILITÉ DES JEUNES?

La programmation de LOJIQ demeure en lien avec les orientations gouvernementales en matière de qualification de la main-d'œuvre, de promotion des études supérieures, de persévérance scolaire, de valorisation du français, du développement culturel, de positionnement du Québec à l'international et de développement du partenariat.

- De façon générale, les programmes de LOJIQ sont en lien avec les objectifs stratégiques du MEIE (2023-2027), du MES (2023-2027), du MRIF (2023-2027) et du MCC (2019-2023).
- Il reste à déterminer si, sur le plan des relations internationales, des territoires sont à prioriser. Au moment de la création de l'OFQJ et dans les décennies qui ont suivi, le discours était clair, il y avait une priorisation d'abord sur la France, ensuite sur les autres pays francophones d'Europe.
- Actuellement, les orientations du gouvernement du Québec sont un peu moins claires. Les relations internationales sont orientées vers le développement de nouveaux marchés et les pays francophones d'Afrique constituent un potentiel économique important.

Il est difficile de déterminer le niveau de complémentarité et de chevauchement des programmes de LOJIQ avec les autres programmes gouvernementaux ou publics.

- À notre connaissance, LOJIQ n'ont jamais fait une analyse précise de la complémentarité et des chevauchements de ses programmes par rapport aux autres programmes gouvernementaux ou publics.
- LOJIQ ayant une bonne expertise en mobilité des jeunes, ils pourraient être un acteur important pour augmenter la participation des jeunes dans certains programmes gouvernementaux ou publics plus difficilement accessibles aux jeunes. Nous pensons notamment aux missions commerciales. Il est difficile pour un jeune entrepreneur de s'inscrire à ce type de mission.
- Pour des raisons historiques, le personnel de LOJIQ semble davantage en lien avec le secteur culturel, alors que depuis plusieurs années, le gouvernement cherche à orienter les relations internationales vers le développement économique, l'attraction des talents et des étudiants, le développement durable et la lutte aux changements climatiques. Actuellement, il est difficile de déterminer si LOJIQ et son personnel ont développé une expertise significative dans ces différents secteurs.

CINQUIÈME PARTIE : DONNÉES STATISTIQUES ET PISTES D'AMÉLIORATION

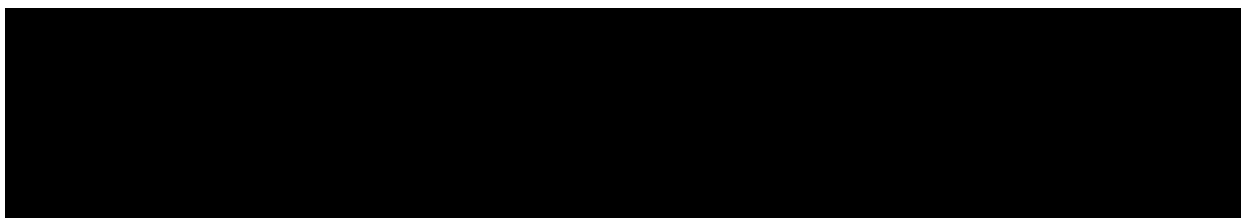
5.1 Clientèle

Répartition de la clientèle selon l'âge

- 72 % ont 20-29 ans;
- 82 % ont 18-29 ans;
- 18 % ont de 30 à 35 ans.

Considérant que :

- L'âge de la majorité civile est passé de 21 ans à 18 ans en 1972 pour prendre en compte les nouvelles réalités de la société québécoise;
- Statistique Québec fait des études sur les « jeunes » âgés de 15 à 29 ans;
- Quelque 18 % des jeunes soutenus par LOJIQ ont de 30 à 35 ans.



Région de résidence et diplomation

- Quelque 82 % détiennent un diplôme collégial et/ou universitaire;
- Quelque 68 % sont étudiants;
- Quelque 57 % des jeunes sont des régions de Montréal et de la Capitale-Nationale (incluant les accueils, car ceux-ci ne sont recensés qu'à la rubrique Région – Atlas);
 - 6 % en Estrie;
 - 2,77 % au Saguenay–Lac-Saint-Jean;
 - 2,32 % dans le Bas-Saint-Laurent;
 - 2,10 % en Outaouais;
 - 1,87 % en Mauricie;
 - 1,73 % au Centre-du-Québec;
 - 1,24 % en Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine;
 - 1,10 % en Abitibi;
 - 0,66 % à la Côte-Nord;
 - 0,32 % au Nord-du-Québec.

Considérant que :

- Il existe des universités et des collèges dans plusieurs régions du Québec;
- Des sommes sont prévues pour les jeunes des régions éloignées;
- Le programme de Mobilité étudiante représente 58 % des jeunes de LOJIQ. Le constat est frappant : le pourcentage des jeunes dans plusieurs régions du Québec est beaucoup trop faible;
- Le gouvernement du Québec et notamment le MES et le MEIE désirent des actions pour l'ensemble de la société québécoise et par conséquent pour l'ensemble des régions du Québec.

5.2 Projets

Le programme Mobilité étudiante soutient **58 %** des jeunes en utilisant seulement 36 % des allocations totales versées par LOJIQ et 20 % des heures rémunérées du personnel.

Principaux indicateurs sur l'effort investi par programme pour l'année financière 2022-2023

PROGRAMME	RÉPARTITION DES ALLOCATIONS VERSÉES	RÉPARTITION DES HEURES RÉMUNÉRÉES DES TECHNICIENS ET PROFESSIONNELS DE LOJIQ	RÉPARTITION DES PARTICIPANTS
Mobilité étudiante	36 %	20 %	58 %
Entrepreneuriat	31 %	24 %	18 %
Développement de carrière	17 %	32 %	13 %
Engagement citoyen	16 %	25 %	9 %
	100 %	100 %	100 %

Le volet Québec volontaire/Engagement citoyen, verse en moyenne **2 509 \$** par jeune, le volet Insertion sociale/Engagement citoyen **1 451 \$** et le volet Session d'étude/Mobilité étudiante **609 \$**. L'allocation moyenne pour l'ensemble des programmes est de **993 \$** par jeune.

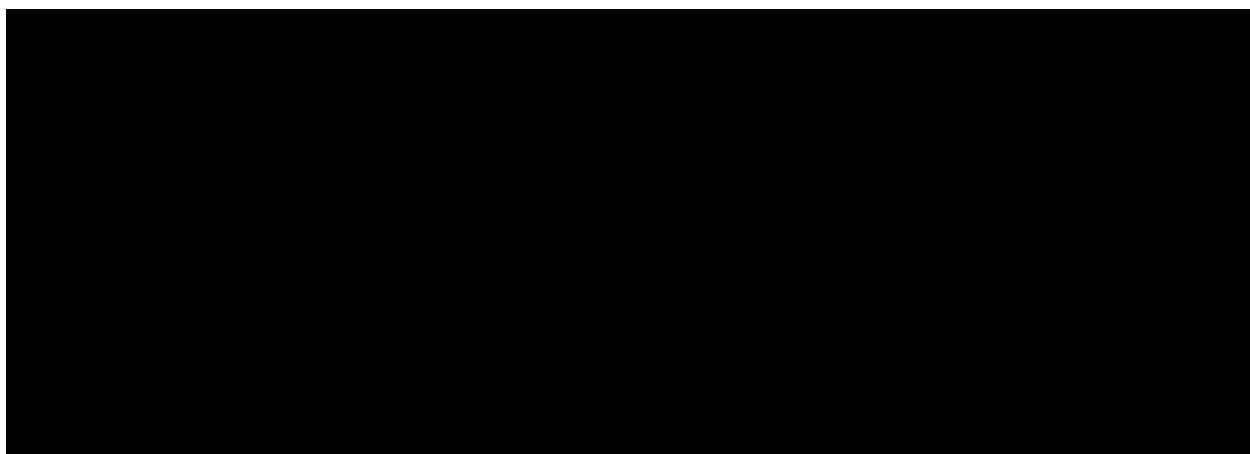
ÉTAT DES COUTS DES PROGRAMMES 2022-023

Programme	ETC (HR (1 826,3)	Rémunération (k)	Budgeté (k\$) Programme* ATLAS	Dépenses Programme (k)*	Dépensés (k\$) Programme*	Total (k)	Projets	Participants	Allocation (\$) /participa nt	Coût par participant (total dépense/parti cipant)	Temps moyen (HR) /participant	Temps moyen (HR) /projet	Coût RH / participant	Coût RH/ projet
Dev. Carrière	4 pro/2 tech 9 282	372,6 \$	1 346,6 \$	753,0 \$	390,7 \$	1 125,6 \$	373	644	1 169,3 \$	1 748 \$	14,4	24,9	578,6 \$	999,0 \$
Engagement citoyen	3 pro/1 tech 7 304	355,1 \$	664,1 \$	687,4 \$	326,6 \$	1 042,5 \$	129	440	1 562,3 \$	2 369 \$	16,6	56,6	807,1 \$	2 752,8 \$
Entrepreneuriat	4 pro/1 tech 7 000	269,9 \$	1 535,0 \$	1 473,7 \$	648,8 \$	1 743,6 \$	280	763	1 931,5 \$	2 285 \$	9,2	25,0	353,8 \$	964,1 \$
Mobilité étudiante	2 pro/1 tech 4 109	178,6 \$	3 086,6 \$	1 692,1 \$	842,4 \$	1 870,7 \$	314	2 804	603,5 \$	667 \$	1,5	13,1	63,7 \$	568,8 \$
Insertion	1 pro 913	39,0 \$	23,5 \$	76,2 \$	24,5 \$	115,2 \$	3	17	4 482,4 \$	6 776 \$	53,7	304,3	2 294,1 \$	13 000,0 \$
TOTAL	19 ETC 14 pro / 5 tech	1 215,3 \$	6 655,8 \$	4 682,4 \$	2 233,0 \$	5 897,7 \$	1 099	4 668	1 003,1 \$	1 263,4 \$	6,1	26,0	260,3 \$	1 105,8 \$
Consommation réelle**	28 608													

*Allocations directes aux participants **Maladie longue durée et postes vacants

Considérant que :

- Le budget pour le fonctionnement de LOJIQ sera réduit de 25 %;
- La masse salariale augmentera pour respecter les conventions collectives;
- Les programmes exigent d'importants investissements et ne rejoignent que peu de jeunes (environ 4 000).

**Effort consenti pour le traitement des dossiers (candidatures reçues/analysées et soutenues)**

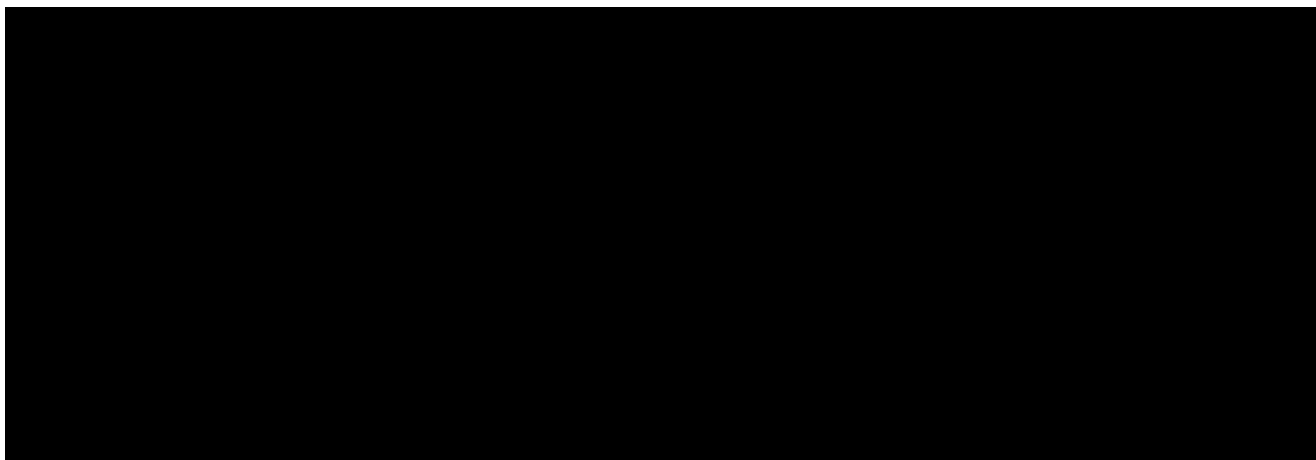
- 8 603 candidatures de jeunes reçues/analysées;
- 4 791 candidatures de jeunes soutenues;
- 3 812 candidatures de jeunes refusées;
- 56 % des jeunes seront soutenus;
- Entre 2 heures et 17 heures par dossier soutenu.

Effort consenti pour le traitement des dossiers

	NOMBRE DE PARTICIPANTS	NOMBRE DE CANDIDATURES	% DE CANDIDATURES ACCEPTÉES	% DE CANDIDATURES ANALYSÉES INUTILEMENT
2014-2015	2 634	10 092	26 %	74 %
2015-2016	4 108	9 068	45 %	55 %
2016-2017	4 197	8 925	47 %	53 %
2017-2018	4 737	9 990	47 %	53 %
2018-2019	5 216	9 236	56 %	44 %
2019-2020	5 296	12 336	43 %	57 %
2020-2021	838	6 125	14 %	86 %
2021-2022	2 172	4 049	54 %	46 %

Considérant que :

- Le pourcentage (45 %) très élevé de refus et cela, de façon récurrente;
- La capacité organisationnelle :
 - 47 % du budget consacré au fonctionnement;
 - Ressources humaines limitées et contrôlées (10 + 28).
- La grande variation dans l'effort investi :
 - 2 heures en moyenne pour Mobilité étudiante;
 - 17 heures en moyenne pour Engagement citoyen.

**Nature des projets initiés et projets à valeur ajoutée et projets déposés :**

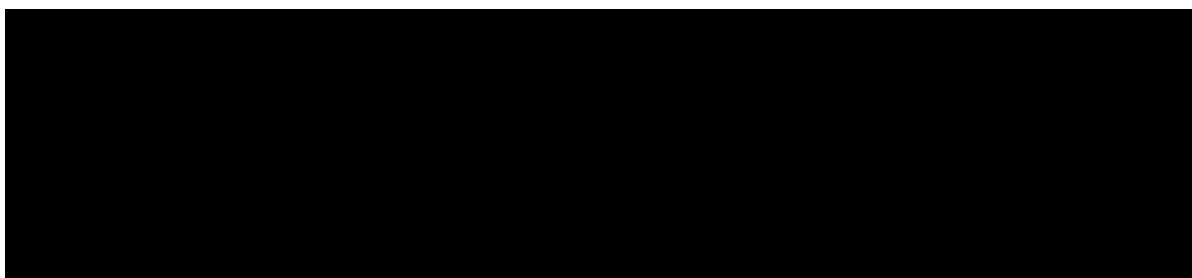
- Les projets initiés consomment un effort (ETC) beaucoup plus important que les projets déposés;
- En 2019-2020, comparativement à 2014-2015 :
 - Hausse de 210 % de projets initiés;
 - Diminution de 47 % de projets déposés acceptés;
- En 2022-2023, 408 projets initiés :
 - Hausse de 155 % de projets initiés par rapport à 2014-2015;
 - En moyenne 6 candidatures reçues par projet initié;
 - Diminution de 54 % des projets déposés acceptés.

Nature des projets pour l'année financière 2022-2023

	Projet initié		Projet déposé		Total	
	Nb de projets réalisés	Nb de participants	Nb de projets réalisés	Nb de participants	Nb de projets réalisés	Nb de participants
Entrepreneuriat	118	655	164	231	282	886
Engagement citoyen	74	261	55	181	129	442
Insertion socioprofessionnelle	0	0	3	17	3	17
Mobilité étudiante	24	111	289	2691	313	2802
Développement de carrière	116	263	256	381	372	644
TOTAL	332	1290	767	3501	1099	4791
% par rapport au total	30 %	27 %	70 %	73 %	100 %	100 %

Considérant que :

- Les projets initiés sont la résultante d'une initiative des chargés de projet;
- Les projets initiés ne s'inscrivent pas forcément dans la complémentarité de l'initiative d'un partenaire;
- L'augmentation des projets initiés date de l'année financière 2014-2015;
- Le nombre de projets déposés acceptés chute depuis 2014-2015 avec l'augmentation des projets initiés;
- Les allocations versées pour les projets initiés et à valeur ajoutée sont supérieures à celles de projets déposés.



Les partenariats

Nombre de participants et de projets liés à un partenariat

VOLET	PARTICIPANTS	PROJETS
Action culturelle et artistique	33	18
Développement et échange d'expertise	9	6
Développement d'entreprise	36	12
Initiation à l'entrepreneuriat	8	1
Stage et projet étudiant	92	36
Action citoyenne	45	8
Québec Volontaire	11	10
Stages professionnels en milieu de travail	5	5
Formation au sein d'incubateurs et d'accélérateurs d'entreprises en Francophonie	108	22
Total	347	118

- 347 participants (7,24 %) seulement sur 4 791, sont liés à un partenariat de l'OQMJ;
- 60 projets sur 118 sont avec le BIJ, soit 50,8 %;
- De nombreuses ententes de partenariat sont anciennes et reconduites automatiquement sans évaluation;
- De nombreux partenariats n'ont pas de cibles ni d'objectifs concrets;
- Les partenariats n'ont pas été revus selon les priorités gouvernementales.

Considérant que :

- Toutes les organisations nouent et entretiennent des relations d'affaires. Celles-ci sont de diverses natures : coopération dans les missions, partenariat d'affaires, alliances stratégiques et financières, collaboration en matière de ressources, sous-traitance, fourniture de services ou des produits, mais toujours en lien étroit avec la réalisation de la mission de LOJIQ. La durée de ces partenariats peut être étendue ou limitée dans le temps et dans l'espace. La complémentarité doit être recherchée.
- Les partenariats doivent permettre à LOJIQ d'être actifs sur le terrain, d'accroître leur notoriété et également de rejoindre les jeunes sur tout le territoire du Québec;
- Ils doivent répondre aux attentes du gouvernement et des jeunes et participer à offrir des projets pertinents et structurants;
- L'objectif est de propulser les jeunes sur des projets concrets en collaboration avec des partenaires et répondre aux priorités gouvernementales.

La durée de la mobilité

Nombre de participants selon la durée de la mobilité

PROGRAMME	15 JOURS ET MOINS	16 À 30 JOURS	31 À 99 JOURS	91 ET +	TOTAL PROJETS
Mobilité étudiante	772	204	333	1519	2 828
Entrepreneuriat	463	65	162	148	838
Développement de carrière	493	49	32	3	577
Engagement citoyen	349	45	41	30	465
Total	2 077	3 63	568	1 700	4 708
	44 %	8 %	12 %	36 %	100 %

Considérant que :

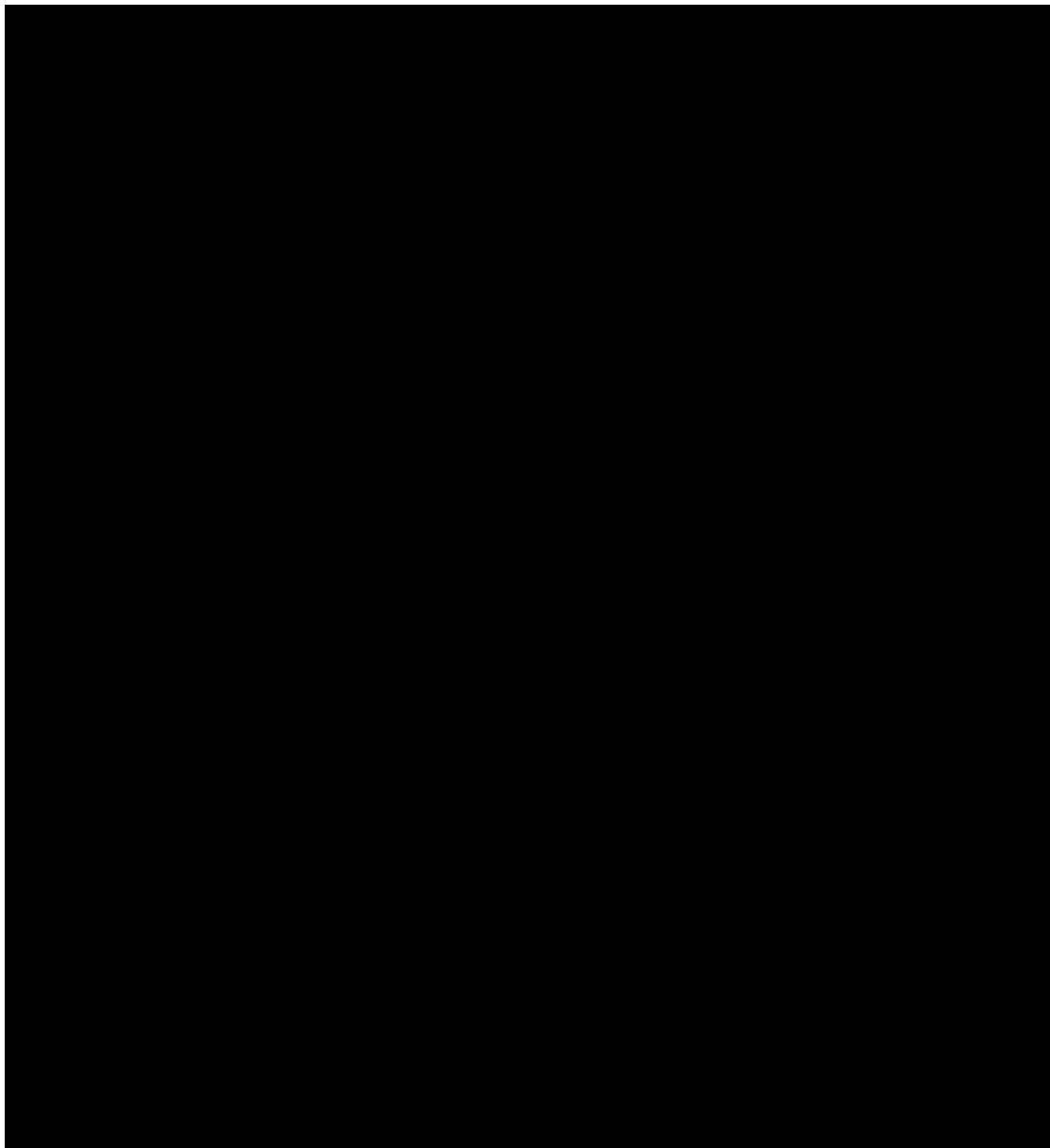
- L'écoanxiété oriente de plus en plus les jeunes dans leurs choix professionnels et personnels;
- Les engagements de LOJIQ relatifs au plan d'action de développement durable du gouvernement du Québec;
- Les mobilités de 15 jours et moins représentent 44 % des projets;
- Une administratrice de l'OQMJ a partagé cette préoccupation lors d'une séance du Conseil d'administration;
- Une durée minimale de la mobilité est nécessaire pour laisser une empreinte significative et durable sur le jeune.

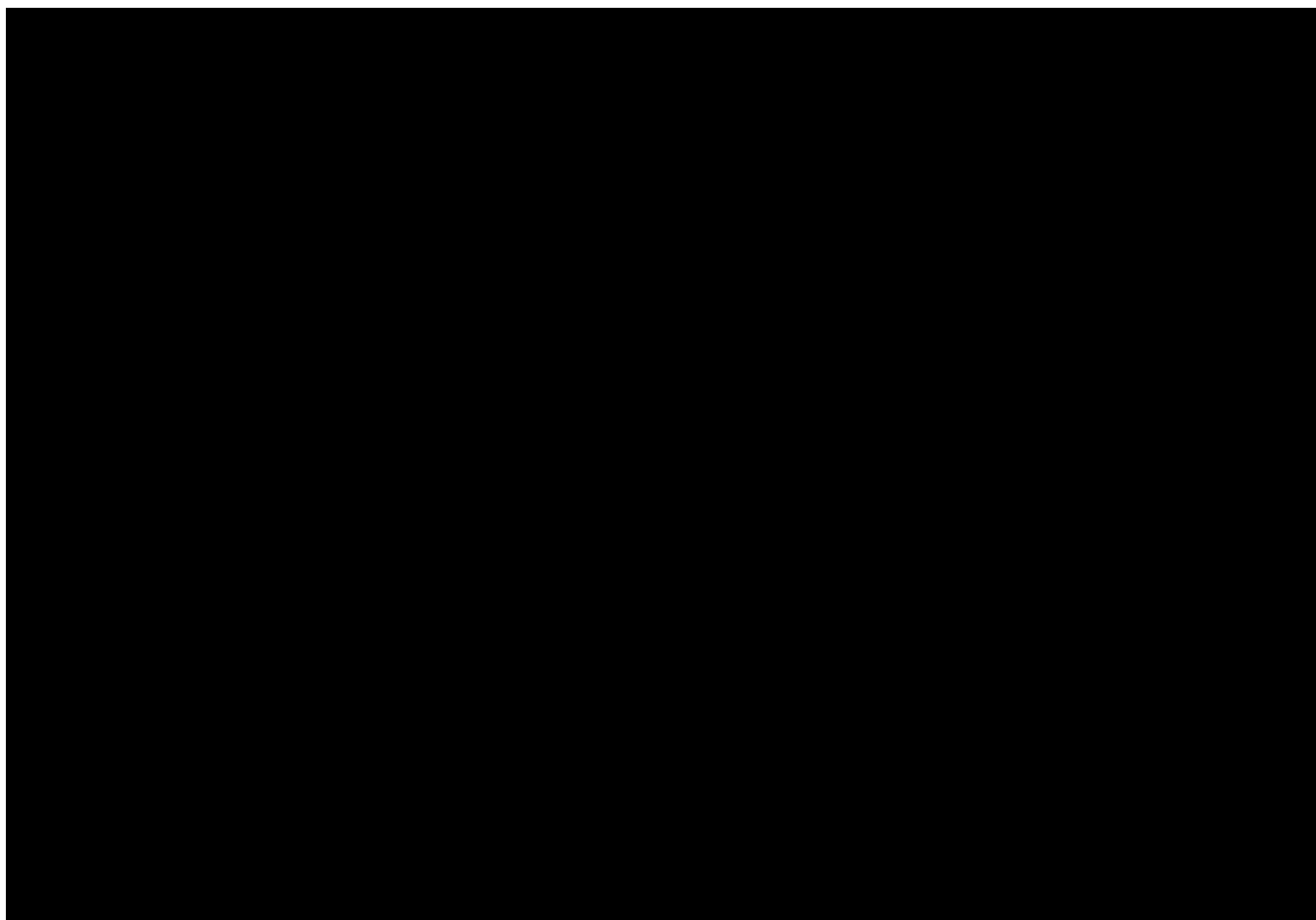
5.3 Grands constats selon les données statistiques

- Quelque 53 % du budget est remis aux jeunes et 47 % à la gestion. Les coûts de gestion sont très élevés. Une rationalisation doit être faite pour tenir compte du cadre financier.
- Quelque 58 % des jeunes sont au programme Mobilité étudiante. Les 42 % se répartissent dans les 4 autres programmes.
 - Contester la pertinence de maintenir les programmes à rendement limité et à coût élevé.
 - Revoir le paradigme de l'analyse des projets (projets versus profil du candidat).
 - Revoir et standardiser les critères d'admissibilité pour en limiter l'arbitraire.
- Quelque 18 % des participants ont de 30 à 35 ans. La mobilité étant le vecteur à valeur ajoutée des programmes gouvernementaux, la tranche d'âge devrait être variable (dans le spectre 18 - 35 ans) selon la finalité du projet soumis.
- Quelque 63 % des jeunes soutenus par l'OQMJ Monde sont à destination de la Wallonie;
- Quelque 44 % des projets ont une mobilité inférieure à 10 jours;
- La fiabilité des données est questionnable (champs non obligatoires) et leur niveau d'exploitation est faible.

SIXIÈME PARTIE : CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

Quels que soient les choix que feront LOJIQ dans sa révision des programmes, il sera important d'établir des processus et des outils nécessaires à une gestion rigoureuse des programmes de mobilité. Actuellement, les pratiques en vigueur et les données disponibles ne permettent pas un suivi suffisant des programmes et des effets obtenus sur la clientèle.





Articles de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels

37. Un organisme public peut refuser de communiquer un avis ou une recommandation faits depuis moins de dix ans, par un de ses membres, un membre de son personnel, un membre d'un autre organisme public ou un membre du personnel de cet autre organisme, dans l'exercice de leurs fonctions.

Il peut également refuser de communiquer un avis ou une recommandation qui lui ont été faits, à sa demande, depuis moins de dix ans, par un consultant ou par un conseiller sur une matière de sa compétence.

1982, c. 30, a. 37.

53. Les renseignements personnels sont confidentiels sauf dans les cas suivants:

1° la personne concernée par ces renseignements consent à leur divulgation;

2° ils portent sur un renseignement obtenu par un organisme public dans l'exercice d'une fonction juridictionnelle; ils demeurent cependant confidentiels si l'organisme les a obtenus alors qu'il siégeait à huis-clos ou s'ils sont visés par une ordonnance de non-divulgation, de non-publication ou de non-diffusion.

1982, c. 30, a. 53; 1985, c. 30, a. 3; 1989, c. 54, a. 150; 1990, c. 57, a. 11; 2006, c. 22, a. 29; 2021, c. 25, a. 8.

54. Un renseignement personnel qui a un caractère public en vertu de la loi n'est pas soumis aux règles de protection des renseignements personnels prévues par le présent chapitre. N'est pas non plus soumis à ces règles un renseignement personnel qui concerne l'exercice par la personne concernée d'une fonction au sein d'une entreprise, tel que son nom, son titre et sa fonction, de même que l'adresse, l'adresse de courrier électronique et le numéro de téléphone de son lieu de travail.

Cependant, un organisme public qui détient un fichier de tels renseignements peut en refuser l'accès, en tout ou en partie, ou n'en permettre que la consultation sur place si le responsable a des motifs raisonnables de croire que les renseignements seront utilisés à des fins illégitimes.

1982, c. 30, a. 55; 2006, c. 22, a. 30; 2021, c. 25, a. 11.

AVIS DE RECOURS EN RÉVISION

RÉVISION

a) Pouvoir

L'article 135 de la Loi prévoit qu'une personne peut, lorsque sa demande écrite a été refusée en tout ou en partie par le responsable de l'accès aux documents ou de la protection des renseignements personnels ou dans le cas où le délai prévu pour répondre est expiré, demander à la Commission d'accès à l'information de réviser cette décision.

La demande de révision doit être faite par écrit; elle peut exposer brièvement les raisons pour lesquelles la décision devrait être révisée (art. 137).

L'adresse de la Commission d'accès à l'information est la suivante :

QUÉBEC

Commission d'accès à l'information
Bureau 2.36
525, boul. René-Lévesque Est
Québec (Québec) G1R 5S9

Tél : (418) 528-7741
Télec : (418) 529-3102

MONTRÉAL

Commission d'accès à l'information
Bureau 900
2045, rue Stanley
Montréal (Québec) H3A 2V4

Tél : (514) 873-4196
Télec : (514) 844-6170

b) Motifs

Les motifs relatifs à la révision peuvent porter sur la décision, sur le délai de traitement de la demande, sur le mode d'accès à un document ou à un renseignement, sur les frais exigibles ou sur l'application de l'article 9 (notes personnelles inscrites sur un document, esquisses, ébauches, brouillons, notes préparatoires ou autres documents de même nature qui ne sont pas considérés comme des documents d'un organisme public).

c) Délais

Les demandes de révision doivent être adressées à la Commission d'accès à l'information dans les 30 jours suivant la date de la décision ou de l'expiration du délai accordé au responsable pour répondre à une demande (art. 135).

La loi prévoit spécifiquement que la Commission d'accès à l'information peut, pour motif raisonnable, relever le requérant du défaut de respecter le délai de 30 jours (art. 135).

APPEL DEVANT LA COUR DU QUÉBEC

a) Pouvoir

L'article 147 de la loi stipule qu'une personne directement intéressée peut porter la décision finale de la Commission d'accès à l'information en appel devant un juge de la Cour du Québec sur toute question de droit ou de compétence.

L'appel d'une décision interlocutoire ne peut être interjeté qu'avec la permission d'un juge de la Cour du Québec s'il s'agit d'une décision interlocutoire à laquelle la décision finale ne pourra remédier.

b) Délais

L'article 149 prévoit que l'avis d'appel d'une décision finale doit être déposé au greffe de la Cour du Québec, dans les 30 jours qui suivent la date de réception de la décision de la Commission par les parties.

c) Procédure

Selon l'article 151 de la loi, l'avis d'appel doit être signifié aux parties et à la Commission dans les dix jours de son dépôt au greffe de la Cour du Québec.