

# RÉSULTATS DE L'ÉTUDE DE PERCEPTION MENÉE AUPRÈS DE JEUNES DE LA RELÈVE SUR L'AÉROSPATIALE AU QUÉBEC

## 12 RECOMMANDATIONS POUR ATTIRER LA RELÈVE VERS LES MÉTIERS DE L'AÉROSPATIALE



**AÉRO**   
MONTREAL

# TABLE DES MATIÈRES :

<b>SOMMAIRE EXÉCUTIF</b>	<b>4</b>
<b>MISE EN CONTEXTE</b>	<b>7</b>
<b>MÉTHODOLOGIE</b>	<b>7</b>
<b>CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES</b>	<b>8</b>
1. L'aérospatiale considérée comme hors de portée	8
2. L'aspect "spatial" est considéré comme trop présent	9
3. Une méconnaissance du secteur est observée	10
4. De nombreuses zones grises persistent pour les jeunes	11
5. Des différences marquées entre les sexes sont à noter	12
6. Les conditions de travail priment sur le secteur pour le choix d'un emploi	13
7. Les jeunes peinent à imaginer une journée typique	14
8. La mobilité des jeunes doit être prise en compte	15
9. Les différences générationnelles doivent être considérées	16
10. La bonification de l'outil AéroPortail semble nécessaire	17
11. Les jeunes démontrent un intérêt marqué pour les stages	18
12. Les petites et moyennes entreprises ont la cote	19

***Cette étude a été réalisée avant la crise de la COVID-19. Les résultats présentés pourraient par conséquent être impactés par la pandémie et certaines perceptions pourraient avoir évolué depuis.***

## REMERCIEMENTS

**Aéro Montréal** remercie Services Québec, la Communauté Métropolitaine de Montréal et le Secrétariat à la Région Métropolitaine pour leur soutien financier dans le cadre du projet Accès Relève.

Ce document a été produit sous la direction du Chantier Relève et Main-d'œuvre d'Aéro Montréal.

Aéro Montréal tient à souligner la collaboration et l'implication des membres suivants du comité de pilotage impliqués dans cette étude :

- Claude Picard, Directeur Organisation du travail et Formation chez Pratt & Whitney Canada
- Kevin P. Smith, Vice-président, Ressources humaines de Pratt & Whitney Canada
- Les membres du Regroupement Relève d'Aéro Montréal :
  - **Alexandre Geoffrion**, ambassadeur du RRAM, jeune professionnel chez Stelia North America
  - **Alix Sourouille**, ambassadeur du RRAM, École de Technologie Supérieure, Génie aérospatial
  - **Anouk Wawrzyniak**, ambassadrice du RRAM, jeune professionnelle chez Aéro Montréal
  - **Cédric Canuel**, ambassadeur du RRAM, Cégep Saint-Jérôme, Matériaux et composites
  - **Eva Gabrielian**, ambassadrice du RRAM, UQAM, Faculté de science politique et de droit
  - **Guillaume Rouleau**, ambassadeur RRAM, UQAM, Faculté de science politique et de droit
  - **Jérémy Viret**, ambassadeur du RRAM, jeune professionnel à l'Observatoire International de l'Aéronautique et de l'Aviation Civile
  - **Joshua Ptack**, ambassadeur du RRAM, Cadets de l'air
  - **Julien Dorion**, ambassadeur du RRAM, jeune professionnel chez Pratt & Whitney Canada
  - **Laurence Bruneau**, ambassadrice du RRAM, jeune professionnelle chez Montréal International
  - **Marc Milord-Lorfils**, ambassadeur du RRAM, Polytechnique Montréal, Génie mécanique
  - **Stéphanie Fiore**, ambassadrice du RRAM, Université Concordia, Génie aérospatial
  - **Thomas Ernst**, ambassadeur du RRAM, École Nationale d'Aérotechnique
  - **Victoria Butin**, ambassadrice du RRAM, Polytechnique Montréal, Génie aérospatial

## SOMMAIRE EXÉCUTIF

Créé en 2006, Aéro Montréal est un forum stratégique de concertation qui réunit l'ensemble des premiers dirigeants du secteur aérospatial québécois issus de l'industrie, des institutions d'enseignement, des centres de recherche et incluant les associations et les syndicats.

Au Québec, l'aérospatiale est un secteur industriel d'importance. Il emploie 43 400 personnes dans la province, concentre des grandes entreprises reconnues à l'échelle mondiale. Par l'expertise et le savoir-faire qu'il concentre, il contribue à faire rayonner le Québec à l'international.

Toutefois, le secteur fait face à des défis importants. L'un des défis les plus urgents concerne la relève de la main-d'œuvre dans le domaine. En effet, le Québec se retrouve dans une situation où, d'un point de vue démographique, la population est vieillissante et la main-d'œuvre potentielle diminuée. C'est dans ce contexte que les membres du Chantier Relève et Main-d'œuvre d'Aéro Montréal (RMO) ont manifesté leur intérêt de connaître la perception de la relève au Québec sur le domaine aérospatial.

Aéro Montréal désire effectuer une étude auprès de la relève, plus particulièrement auprès des générations Y et Z vivant au Québec et c'est à cet effet que Léger a été mandaté. L'objectif de cette étude est de permettre à Aéro Montréal de définir des stratégies d'attraction et de rétention de talents sur des données probantes.

L'équipe de recherche de Léger, composée de Gabrielle Blais, analyste de recherche sénior, et Sébastien Poitras, vice-président adjoint affaires publiques et communications, présente dans cette étude les conclusions et recommandations stratégiques qu'il est possible de tirer suite à ce projet de recherche.

Sans être une liste exhaustive des thèmes à couvrir, et tel qu'expliqué dans l'appel de proposition (repris ici intégralement), les sujets à aborder dans le cadre de l'étude sont :

- **Connaissance et perceptions quant aux formations en aérospatiale au niveau secondaire professionnel, collégial technique et universitaires disponibles au Québec;**
- **Importance de l'obtention d'un diplôme, quel qu'il soit;**
- **Opinions quant aux stages et à l'alternance travail/étude;**
- **Connaissance et perceptions des différentes carrières en aérospatiale (pas seulement techniques);**
- **Connaissance et utilisation de l'AéroPortail;**
- **Perception des PME par rapport à celle des grandes entreprises;**
- **Perceptions quant aux conditions de travail dans l'industrie (environnement de travail, salaire, gestion du personnel, développement durable, possibilité d'évolution de carrière, etc.);**
- **Impact des médias sur la perception de la santé actuelle et de l'avenir de l'industrie;**
- **Impressions quant à la promotion des formations, des offres d'emploi et stages disponibles;**
- **Importance de la formation continue;**
- **Apport de recommandations pour rendre les formations et carrières en aérospatiale plus attrayantes à leurs yeux;**
- **Compréhension des meilleurs outils à disposition des entreprises pour rejoindre le public cible**

Au Québec, l'industrie aérospatiale est un véritable modèle d'excellence et est reconnue à l'international pour sa main-d'œuvre hautement spécialisée. Toutefois, les entreprises font face à des difficultés pour assurer la relève de cette dernière. Une population vieillissante et une diminution de la main-d'œuvre active sont deux problèmes d'ordre démographique auxquels le Québec doit faire face, deux problèmes qui pourraient affecter le renouvellement de la main-d'œuvre dans plusieurs de ses entreprises. Un net consensus se dégage, quant à l'urgence d'agir.

Une étude préliminaire a été réalisée au printemps 2019 par le Regroupement Relève d'Aéro Montréal (RRAM) afin d'avoir une meilleure idée de la perception de la relève sur l'industrie aérospatiale. Aéro Montréal a par la suite mandaté la firme de recherche Léger d'étoffer cette étude préliminaire afin d'en ressortir des conclusions et recommandations concrètes quant à la façon d'attirer et de retenir les générations Y et Z dans le secteur de l'aérospatiale au Québec.

La présente étude énonce 12 grandes conclusions accompagnées de leurs recommandations visant à atteindre ces objectifs.

## RÉSUMÉ DES RECOMMANDATIONS

- 1 L'aérospatiale considérée comme hors de portée**

Les jeunes perçoivent le domaine de l'aérospatiale comme étant hors de portée. Il est primordial de communiquer le message que le secteur de l'aérospatiale est accessible, à la portée de tous et est un secteur dans lequel tout le monde peut travailler.
- 2 L'aspect « spatial » est considéré comme trop présent**

Les jeunes ont un manque de connaissance évident face à l'industrie de l'aérospatiale. Il faudrait donc recadrer les messages communiqués sur la dimension « Aéro » plutôt que « Spatiale » afin d'éliminer la perception inexacte de l'industrie.
- 3 Une méconnaissance du secteur est observée**

Les jeunes de moins de 40 ans ne connaissent pas réellement l'importance du secteur pour la province. Il est donc important de les éduquer sur l'importance de l'industrie aérospatiale dans l'économie québécoise et dans le marché de l'emploi.
- 4 De nombreuses zones grises persistent pour les jeunes**

Les jeunes ont l'impression que, pour décrocher un emploi dans le secteur, ils doivent nécessairement poursuivre de longues études, en sciences, à l'université, et faire beaucoup de mathématiques. Il faut donc accroître la notoriété des formations professionnelles (D.E.P.) et techniques (A.E.C.).
- 5 Des différences marquées entre les sexes sont à noter**

Les jeunes femmes semblent moins bien connaître les différents secteurs industriels au Québec en général et être moins en mesure de se prononcer sur ceux-ci. Il faudrait donc s'assurer de cibler adéquatement les femmes lors des campagnes pour que les messages parviennent à cette cible non négligeable et mettre de l'avant des femmes œuvrant dans l'industrie.



6

### **Les conditions de travail priment sur le secteur pour le choix d'un emploi**

Les conditions de travail ont quatre fois plus de poids que le secteur d'activité dans le choix d'un emploi chez les jeunes. La meilleure façon de rejoindre les jeunes serait donc de communiquer sur les besoins de main-d'œuvre, tout en faisant connaître les conditions de travail, les salaires moyens et les avantages sociaux généralement en vigueur dans l'industrie.

7

### **Les jeunes peinent à imaginer une journée typique**

Les jeunes sont particulièrement à la recherche d'informations précises sur la nature d'un travail. Il est important de rendre l'information sur les formations et les métiers de l'aérospatiale facilement accessibles pour les jeunes qui cherchent à orienter leur cursus ou leur carrière.

8

### **La mobilité des jeunes doit être prise en compte**

De prime à bord, les jeunes représentent une main-d'œuvre plutôt mobile. Garantir des logements abordables ou un transport quotidien organisé en tant qu'employeur attirerait un grand nombre de travailleurs potentiels.

9

### **Les différences générationnelles doivent être considérées**

Les deux générations ne sont pas du tout à la même étape de leur vie. La plupart des milléniaux et Z ont un métier, une carrière, et bien souvent un ménage établi avec des enfants. Il est impératif que les jeunes étudiants soient sensibilisés à l'industrie avant qu'ils ne commencent à faire des choix de programmes et de carrière.

10

### **La bonification de l'outil AéroPortail semble nécessaire**

Plusieurs informations recherchées par les jeunes sur le secteur se trouvent déjà sur le site AéroPortail. Il suffirait simplement d'améliorer la notoriété et l'usage du portail en bonifiant les informations disponibles et en intégrant du contenu plus interactif et dynamique.

11

### **Les jeunes démontrent un intérêt marqué pour les stages**

Que ce soit un stage d'une journée ou deux dans le cadre d'un cours au secondaire, ou un stage d'une session à l'université, les jeunes jugent qu'il s'agit d'un atout majeur à leur parcours scolaire. Les entreprises et les écoles du secteur devraient donc développer une offre de stage variée pour répondre aux demandes et attentes de la relève, peu importe le niveau de scolarité complété.

12

### **Les petites et moyennes entreprises ont la cote**

Les trois quarts des jeunes Québécois préféreraient travailler dans une petite ou une moyenne entreprise puisqu'ils ont l'impression qu'ils y obtiendront les meilleures conditions de travail, la meilleure ambiance de travail et la plus grande flexibilité. Les grandes entreprises du domaine de l'aérospatiale devraient s'efforcer de mettre de l'avant les conditions de travail de leurs employés, l'environnement de travail qu'ils offrent ainsi que l'ambiance. À l'inverse, les petites et moyennes entreprises devraient communiquer davantage sur les avantages sociaux et les salaires compétitifs qu'ils offrent à leurs employés.

## MISE EN CONTEXTE

Cette étude réalisée par Aéro Montréal auprès des Québécois issus des générations Y et Z (15 à 39 ans) dans le but de mieux comprendre leurs perceptions face à l'industrie de l'aérospatiale et de connaître leurs recommandations pour rendre les formations et carrières en aérospatiale plus attrayantes. Le but ultime étant de revoir les stratégies d'attraction et de rétention des nouveaux talents afin d'assurer un flot de main-d'œuvre dans ce secteur.

L'étude abordera, entre autres, les sujets suivants :

- 1. Connaissances et perceptions quant aux formations en aérospatiale**
- 2. Connaissances et perceptions quant aux différentes carrières en aérospatiale**
- 3. Perception de l'image globale de l'industrie**
- 4. Perceptions des conditions de travail**
- 5. Moyens de communication privilégiés par les répondants**

## MÉTHODOLOGIE

### Sondage quantitatif

Pour atteindre les objectifs de recherche, un sondage Web a été réalisé entre le 20 décembre 2019 et le 3 janvier 2020 auprès de Québécois âgés entre 15 et 39 ans, pouvant s'exprimer en français ou en anglais. Un total de 1 000 répondants a complété la totalité du questionnaire. Afin d'assurer une lecture de l'opinion plus exacte de la clientèle cible, nous nous sommes assurés d'avoir des répondants provenant de la génération Y et de la génération Z (aussi appelés milléniaux).

Les données finales du sondage ont été pondérées selon le sexe, l'âge, la région et la langue maternelle de sorte à assurer un échantillon représentatif de la population québécoise. Aux fins de comparaison, un échantillon probabiliste de 1 000 répondants aurait une marge d'erreur de +/-3,1 %, et ce, 19 fois sur 20.

### Groupes de discussion

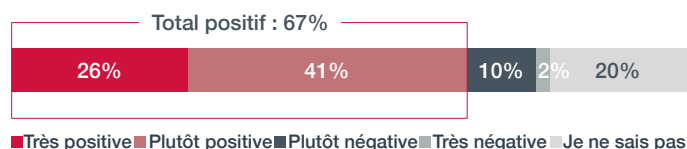
Pour approfondir les résultats du sondage quantitatif, des groupes de discussions ont été mis en place entre le 22 janvier 2020 et le 28 janvier 2020 auprès de Québécois âgés de 15 à 39 ans, pouvant s'exprimer en français. 6 groupes ont été formés : 2 dans la ville de Trois-Rivières, 2 dans la ville de Québec et finalement 2 dans la ville de Montréal. Afin d'assurer une lecture de l'opinion plus exacte de la clientèle cible, nous nous sommes assurés d'avoir des répondants provenant de la génération Y et de la génération Z.

Pour chaque groupe, 10 participants ont été recrutés. Au final, les groupes comprenaient entre 6 et 10 participants. Les sessions de travail étaient d'une durée d'environ 90 minutes (1 heure et demie) chacune.

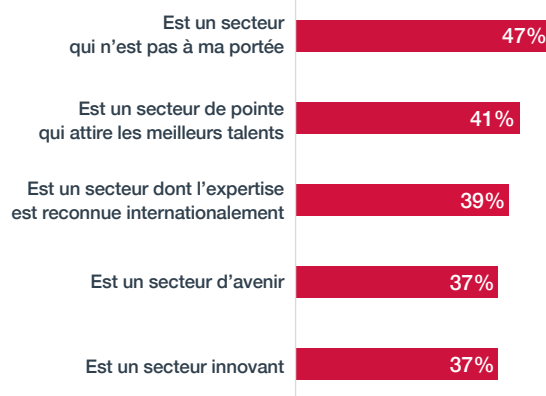


# 1 L'aérospatiale considérée comme hors de portée

## Opinion du secteur de l'aérospatiale



## Caractéristiques associées au secteur de l'aérospatiale



L'aérospatiale jouit somme toute d'une bonne opinion auprès des jeunes de la génération Z et des milléniaux. C'est une industrie qui entraîne peu d'opinions négatives en comparaison aux autres secteurs évalués. Les perceptions des milléniaux et des jeunes de la génération Z face à l'aérospatiale semblent être très près de leurs perceptions des domaines de l'intelligence artificielle et des jeux vidéo. L'aérospatiale est vu comme un secteur d'avenir, innovant, reconnu internationalement et qui attire les meilleurs talents. De ce fait, la majeure partie des jeunes de moins 40 ans doute que le secteur soit fait pour eux ; ils le considèrent hors de leur portée.

## Certains jeunes ont affirmé:

« Je ne suis pas assez intelligent pour aller dans ce secteur. »

« Ce sont des génies dans ce secteur, et je ne suis pas un génie. »



## RECOMMANDATION #1

- Informer les jeunes que les formations et les métiers du secteur de l'aérospatiale ne se limitent pas au génie, à la science et aux mathématiques.
- Communiquer le message que le secteur de l'aérospatiale est accessible, à la portée de tous et dans lequel tout le monde peut travailler.
- Éviter de mettre les aspects d'innovation et d'expertise, qui participent à la perception d'inaccessibilité trop à l'avant-plan, dans les communications.



## 2 L'aspect « spatial » est considéré comme trop présent

### Termes associés à l'aérospatiale

#### Certains jeunes ont affirmé:

« Développement de nouvelles technologies, la recherche de l'espace et dépenses importantes. »

« Évolution, Espace et Zone 51. »

« Nouvelle planète, NASA et inconnu. »

« Futur, Fusé et beaucoup d'études. C'est sûr que c'est vraiment difficile à y arriver. »



L'étude démontre un manque de connaissance important chez les jeunes des générations Y et Z face à l'industrie aérospatiale au Québec. En fait, le terme « spatial » d'aérospatiale est ce qui oriente le plus la perception et les croyances à l'égard du secteur. En effet, parmi les termes les plus régulièrement associés à l'industrie on retrouve : espace, NASA, astronaute, fusée et satellites. Ces perceptions répandues chez les jeunes témoignent de la connaissance qui est trompeuse. En effet, pour plusieurs répondants de l'étude, l'aérospatiale ne concerne que les voyages dans l'espace et la découverte de nouvelle vie et exclut l'aviation et tout ce qui l'entoure.

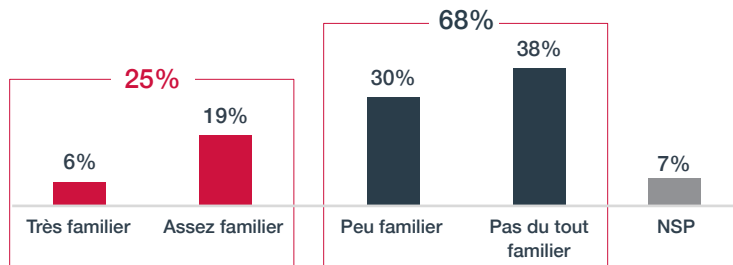


### RECOMMANDATION #2

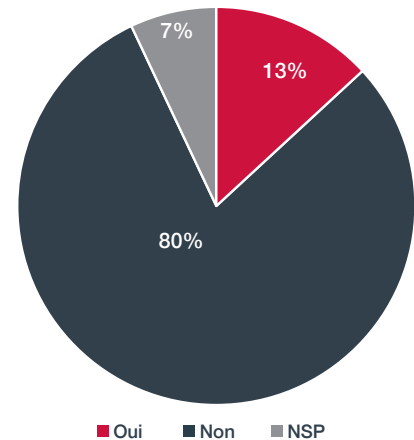
- Recadrer les messages communiqués sur la dimension « Aéro » plutôt que « spatiale » afin d'éliminer la perception inexacte de l'industrie aérospatiale.
- Recadrer l'industrie aérospatiale sur des aspects plus concrets et accessibles.
- Déconstruire les mythes entourant l'industrie aérospatiale  
*Un format capsule Web « Myth busters » qui pourrait être publié sur toutes les plateformes Web des entreprises, écoles et associations (site Web, Facebook, Instagram) serait une option dynamique et permettrait de rejoindre un grand nombre de jeunes.*

# 3 Une méconnaissance du secteur est observée

## Familiarité avec les établissements et formations disponibles



## Déjà reçu des infos sur les formations et emplois?



L'industrie aéronautique est méconnue au Québec. Les jeunes de moins de 40 ans ne connaissent pas réellement l'importance du secteur pour la province. Au mieux, ils savent qu'il s'agit d'un domaine pour lequel le Québec est reconnu internationalement. Aucun n'est capable de nommer des écoles offrant des formations dans le secteur autres que les universités offrant des programmes en génie. De plus, seule une minorité est en mesure de nommer des métiers précis dans l'industrie. À ce titre, «mécanicien en aéronautique » est le métier qui semble avoir la plus forte notoriété. De leur propre aveu, les jeunes mentionnent qu'ils n'en ont pas entendu parler au cours de leur parcours scolaire, et qu'ils n'en entendent pas parler régulièrement dans les médias.

### Certains jeunes ont affirmé:

« Il y a une école à St-Hubert, une aussi à Mirabel, je pense. »

« C'est tellement pas une industrie de laquelle on parle dans notre parcours scolaire. »



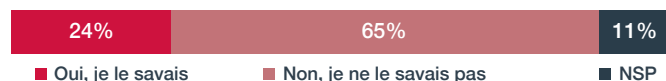
### RECOMMANDATION #3

- Informer sur l'importance de l'industrie aéronautique dans l'économie du Québec et dans le marché de l'emploi.
- Accroître la notoriété des écoles, des formations et des métiers de l'industrie.
- Accroître la notoriété des entreprises œuvrant dans le domaine, tant les petites, moyennes et grandes entreprises.

# 4 Beaucoup de zones grises pour les jeunes

## Connaissance des DEP et AEC

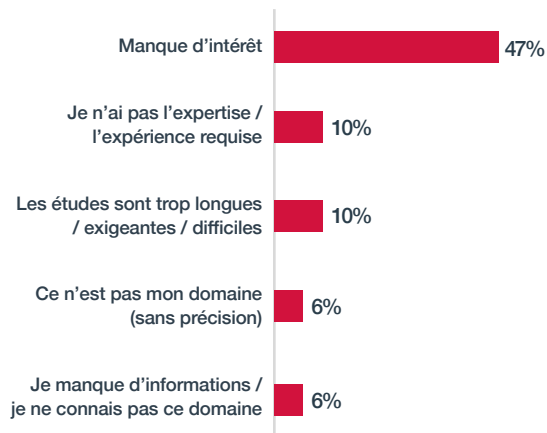
### Formations professionnelles (Diplôme d'études professionnelles – D.E.P.)



### Formations techniques (Attestations d'études collégiales - A.E.C.)



## Potentiels freins à une carrière en aérospatiale



Selon leur connaissance du secteur de l'aérospatial, qui comporte énormément de zones grises, les jeunes ont l'impression que, pour décrocher un emploi dans l'industrie, ils doivent nécessairement poursuivre de longues études, en sciences, à l'université, et faire beaucoup de mathématiques. Moins du tiers d'entre eux savent que des attestations d'études collégiales existent et moins du quart savent que des diplômes d'études professionnelles peuvent offrir des débouchés dans le secteur aérospatial.

## Certains jeunes ont affirmé:

« Je suis déjà tanné de l'école et je suis juste en secondaire 4...  
Je vais pas m'embarquer pour un 10 ans d'études! »

« J'ai déjà envisagé [l'aérospatiale], mais moi je vois ça  
comme des génies et je suis pas un génie! »



## RECOMMANDATION #4

- Accroître la notoriété des formations professionnelles (D.E.P.) et techniques (A.E.C.).
- Informer sur les prérequis pour accéder à ces formations.
- Informer sur le temps nécessaire pour compléter les formations professionnelles et techniques et sur les débouchés potentiels.
- Privilégier la génération Z, qui est encore en majorité en étude au secondaire.

# 5 Des différences marquées entre les sexes sont à noter

On remarque de fortes disparités entre les hommes et les femmes dans les résultats de l'étude. En effet, les femmes semblent moins bien connaître les différents secteurs industriels au Québec et être moins en mesure de se prononcer sur ceux-ci. Plus spécifiquement, en regard de l'industrie aérospatiale, les femmes semblent éprouver moins d'intérêt que les hommes pour le secteur. Elles semblent aussi percevoir dans une moins grande proportion que les hommes des opportunités intéressantes pour elles. Elles sont moins familières que les hommes envers les formations et les emplois présents dans le domaine aérospatial. Les communications des différents programmes de génie et des différentes formations possibles sont généralement très orientées vers les hommes, et les jeunes femmes ne s'y reconnaissent pas.

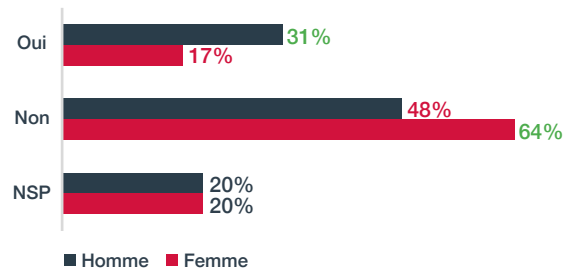
**Intérêt envers le secteur aérospatial selon le sexe**

	Homme	Femme
<b>TOTAL INTÉRESSÉ</b>	<b>48%</b>	<b>23%</b>
Très intéressé	20%	5%
Assez intéressé	28%	18%
<b>PAS INTÉRESSÉ</b>	<b>48%</b>	<b>72%</b>
Peu intéressé	29%	32%
Pas du tout intéressé	19%	40%
<b>NE SAIT PAS</b>	<b>4%</b>	<b>6%</b>



Lecture du tableau: Les nombres en caractères **gras et rouges** indiquent une différence significative statistiquement **inférieure** par rapport au complément, alors que les nombres en caractères **gras et verts** indiquent une différence significative statistiquement **supérieure** par rapport au complément.

**Possibilités d'emplois intéressants en aérospatiale**



## RECOMMANDATION #5

- Cibler adéquatement les femmes lors de vos campagnes pour s'assurer que vos messages parviennent à cette cible.  
*Une attention particulière doit être mise pour assurer la représentation des femmes dans les communications de l'industrie.*
- Participer et commanditer des événements thématiques liés aux femmes et l'industrie  
*Par exemple la Journée internationale des femmes et filles de sciences, la Chaire pour les femmes en sciences et en génie au Québec, etc.*
- Mettre de l'avant des femmes œuvrant dans l'industrie : panels, communications, témoignages, etc.

# 6 Les conditions de travail priment sur le secteur pour le choix d'un emploi

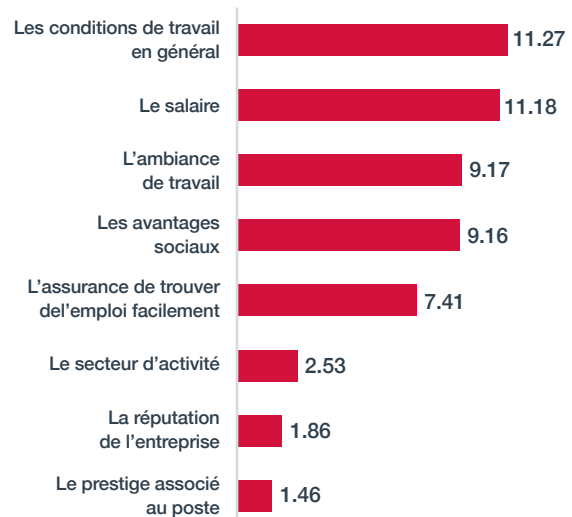
Lorsque vient le temps de choisir une formation ou une carrière, le secteur industriel n'a que très peu de poids dans la balance. En effet, les conditions de travail et le salaire ont plus de quatre fois le poids du secteur d'activité dans le choix des jeunes. L'ambiance de travail et les avantages sociaux ont aussi près de quatre fois le poids l'industrie. Il est aussi à noter que l'assurance de pouvoir trouver du travail dans un domaine d'activité est trois fois plus importante que le choix du secteur. Sur ce dernier point, les nouvelles entourant Bombardier n'aident pas à donner au domaine une apparence de stabilité. Les jeunes recherchent un mode de vie agréable, ils souhaitent rentrer à la maison le soir en ayant encore l'énergie nécessaire pour maintenir une vie sociale, que ce soit pour s'occuper des enfants ou faire des activités sociales (sport, 5@7, etc.).

## Certains jeunes ont affirmé:

« C'est pas avec le prestige que tu vas te lever le matin »

« Il faut me donner beaucoup d'information et de montrer qu'il y a une assurance/une certaine sécurité d'emploi à long terme. »

## Critères de sélection d'emplois



Les résultats de la méthode d'analyse MaxDiff sont présentés sous la forme de scores, dont les valeurs peuvent être comprises entre 0 et 100. Chaque score représente l'importance accordée à chacun des stimuli par les répondants.

Plus le score d'un stimulus est élevé, plus il est important aux yeux des répondants. De plus, un score deux fois plus élevé pour un élément signifie qu'il est jugé deux fois plus important que l'autre élément (ex. : un stimulus qui obtient un score de 20,0 est deux fois plus important pour les répondants qu'un stimulus qui obtient un score de 10,0).

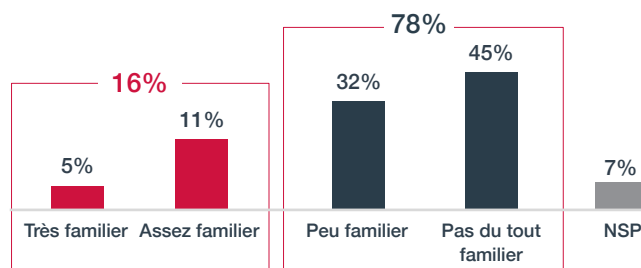


## RECOMMANDATION #6

- Le poids du secteur de l'aérospatiale au Québec devrait être de notoriété publique et communiqué régulièrement.
- Communiquer sur les besoins de main-d'œuvre dans le secteur au cours des prochaines années. *Miser sur les besoins en matière de main-d'œuvre pour susciter un intérêt pour le secteur industriel et ses formations.*
- Faire connaître les conditions de travail, les salaires moyens et les avantages sociaux généralement en vigueur dans l'industrie.

# 7 Les jeunes peinent à imaginer une journée typique

## Familiarité avec les emplois disponibles en aérospatiale



Tel que présenté précédemment, les caractéristiques d'un emploi, les tâches à accomplir, l'environnement de travail, les horaires, l'ambiance de travail, les possibilités d'avancement et les défis professionnels ont tous plus d'importance que le secteur d'activité aux yeux des jeunes. Cependant, ils peinent à imaginer à quoi peut ressembler une journée de travail typique dans le domaine de l'aérospatiale. Les jeunes sont particulièrement à la recherche d'informations précises sur la nature d'un travail. Ils veulent des témoignages, ils veulent discuter avec quelqu'un qui fait ce genre de travail au quotidien.

## Critères de sélection d'emplois – selon les générations

	Score Gen Z	Score Gen Y
Le salaire	10,77	11,31
L'ambiance de travail	9,01	9,22
Les horaires de travail	8,00	8,83
L'assurance de trouver de l'emploi facilement	7,46	7,40
L'environnement de travail	7,49	7,23
La possibilité de s'accomplir professionnellement	5,15	5,81
Les défis professionnels	4,07	4,23
Le secteur d'activité	3,42	2,23



Les résultats de la méthode d'analyse MaxDiff sont présentés sous la forme de scores, dont les valeurs peuvent être comprises entre 0 et 100. Chaque score représente l'importance accordée à chacun des stimuli par les répondants.

Plus le score d'un stimulus est élevé, plus il est important aux yeux des répondants. De plus, un score deux fois plus élevé pour un élément signifie qu'il est jugé deux fois plus important que l'autre élément (ex. : un stimulus qui obtient un score de 20,0 est deux fois plus important pour les répondants qu'un stimulus qui obtient un score de 10,0).

## Certains jeunes ont affirmé:

« [Il faut] Me guider, c'est un domaine très flou. Départage-moi les corps des métiers et les exigences et où aller chercher la formation. »



## RECOMMANDATION #7

- Rendre l'information sur les formations et les métiers de l'aérospatiale facilement accessibles pour les jeunes qui cherchent à orienter leur cursus ou leur carrière.
- Un effort devrait être déployé pour faire connaître plus en détail à quoi ressemble le quotidien des travailleurs de l'aérospatiale. À ce titre, une synergie entre les employeurs, les écoles et Aéro Montréal serait à considérer.  
Que ce soit par le biais de descriptions claires et détaillées des métiers et emplois, capsules audio et vidéo, témoignages, études de cas, entrevues. Les médias sociaux, les blogues et les sites spécialisés devraient être privilégiés pour partager ce type de contenu.
- L'Aéroportail, les sites web d'entreprise et des écoles devraient faire du référencement croisé afin d'assurer un contenu « populaire » sur les moteurs de recherche.

# 8 La mobilité des jeunes doit être prise en compte

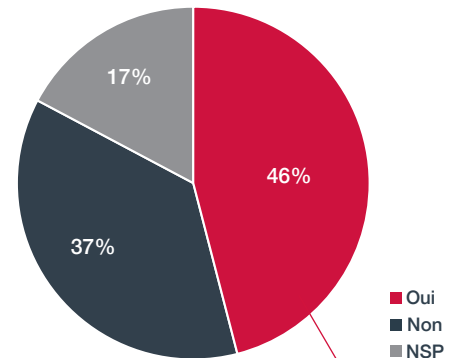
Les jeunes représentent une main-d'œuvre plutôt mobile. En effet, près de la moitié des jeunes sont prêts à déménager de leur lieu de résidence actuel pour obtenir un emploi qui les intéresse. Il est possible d'en intéresser une proportion plus importante si l'employeur est prêt à offrir un logement abordable. Il est toutefois important de noter que les jeunes habitant en région seraient nombreux à être prêts à déménager pour un emploi dans une autre région, mais beaucoup d'entre eux seraient récalcitrants ou opposés à l'idée de vouloir s'établir à Montréal. Parmi les jeunes habitant la région de Montréal, près de deux tiers (63%) seraient prêts à aller travailler à l'extérieur de la région et à faire le trajet au quotidien. Il serait possible de convaincre encore plus de jeunes de le faire si l'employeur offrait le transport au quotidien pour se rendre au travail.

## Certains jeunes ont affirmé:

« Je ne voudrais pas partir pour une campagne perdue. Tant qu'à ça, envoie-moi à Vancouver! »

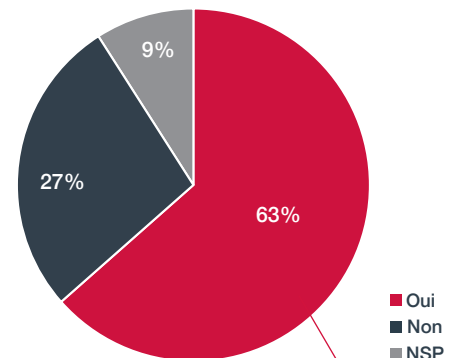
« Déménager? Oui 100%, mais PAS À MONTRÉAL!!! »

## Déménagement pour un emploi



Avec un logement abordable dans la région fourni par l'employeur, on obtient un **total de 56%** des jeunes Québécois qui seraient prêts à déménager dans une autre région du Québec.

## Voyagement pour un emploi



Avec un transport fourni par l'employeur, on obtient un **total de 76%** des jeunes Montréalais qui seraient prêts à travailler à l'extérieur de la ville.



## RECOMMANDATION #8

- L'industrie aérospatiale devrait considérer le fait d'offrir des incitatifs supplémentaires pour attirer des travailleurs potentiels :
  - Offrir des logements abordables est un incitatif assez puissant pour intéresser une masse de travailleurs potentiels devant changer de région pour accepter un emploi.
  - Organiser le transport quotidien pour les travailleurs de la région de Montréal est un incitatif assez robuste pour inciter une masse de travailleurs potentiels à accepter un emploi à l'extérieur de la ville.



# 9 Les différences générationnelles doivent être considérées

Il y a une réelle différence entre les jeunes de la génération Z et les milléniaux. Les jeunes des deux générations ne sont pas du tout à la même étape de leur vie. La plupart des milléniaux ont un métier, une carrière et plusieurs un ménage établi avec des enfants. Du côté des jeunes de la génération Z, la très forte majorité est encore aux études, cependant, plusieurs ont déjà une idée très arrêtée sur leurs futures études et leurs objectifs de carrière.

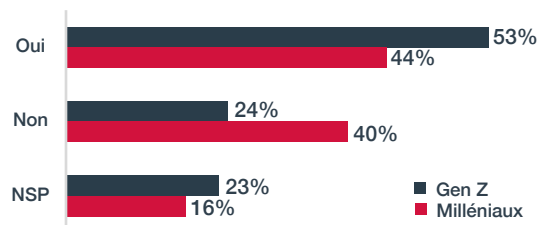
## Certains Z ont affirmé:

« J'ai l'impression que c'est beaucoup beaucoup d'heures donc les conditions doivent pas être top... sauf pour les dirigeants! »

## Certains milléniaux ont affirmé:

« On m'a déjà offert [de déménager], mais je voulais pas faire ça à ma famille. On pourrait me convaincre avec des mégas conditions et une sécurité d'emploi. Une garderie en milieu de travail serait la meilleure façon de m'attirer. »

## Déménagement relié à l'emploi



## Perception des différents types de formation et stages – selon la génération

	Gen Z 250	Milléniaux 750
La formation continue est une façon d'améliorer ses possibilités d'avancement	86%	91%
Avoir accès à de la formation en continu dans le cadre d'un emploi est essentiel	20%	5%
Il devient essentiel pour les employés de suivre des formations pour répondre aux nouveaux défis du marché du travail	28%	18%
Offrir la possibilité aux employés de suivre des cours et des formations devrait être obligatoire au Québec	48%	71%



Lecture du tableau: Les nombres en caractères **gras et rouges** indiquent une différence significative statistiquement **inférieure** par rapport au complément, alors que les nombres en caractères **gras et verts** indiquent une différence significative statistiquement **supérieure** par rapport au complément.

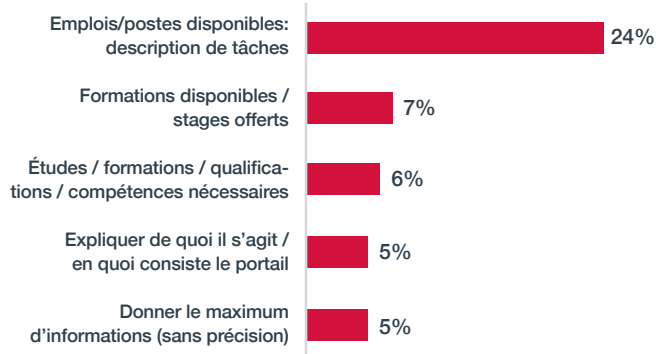


## RECOMMANDATION #9

- Cibler les jeunes par des campagnes de sensibilisation et de communication portant sur l'industrie dans les écoles dès le début du secondaire.
- Il est impératif que les jeunes étudiants soient sensibilisés à l'industrie aérospatiale avant qu'ils ne commencent à faire des choix de programmes et de carrière.
- Les parcours d'étude, les programmes de formations, les écoles ainsi que les débouchés sur le marché du travail doivent être communiqués dès le début du secondaire.

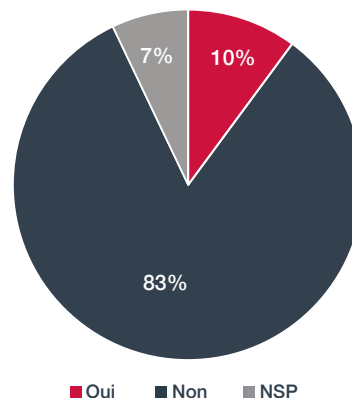
# 10 La bonification de l'outil AéroPortail semble nécessaire

## Information désirée sur l'AéroPortail

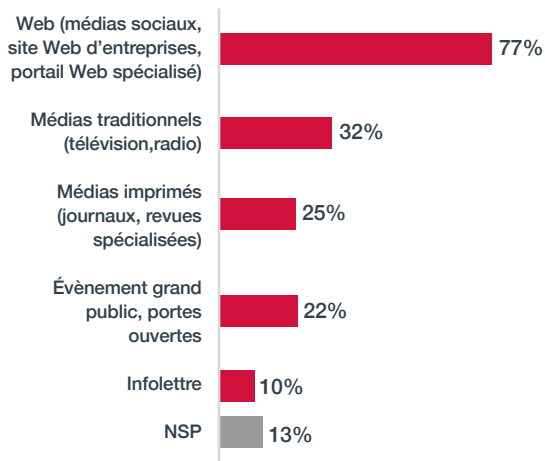


Plusieurs informations recherchées par les jeunes sur le secteur se trouvent sur le site AéroPortail. Cependant, le site est très peu connu; seulement un jeune sur dix et moins de la moitié de ceux-ci l'ont déjà visité. Parmi les informations qui devraient être mises de l'avant sur le portail, les emplois disponibles dans le secteur ainsi qu'une description des tâches, les formations nécessaires pour obtenir l'emploi, le salaire associé à chaque type d'emploi, les stages offerts, les conditions de travail et les avantages, les entreprises qui emploient, et des témoignages de personnes qui travaillent dans le secteur expliquant leur quotidien et leur parcours pour y parvenir.

## Notoriété de l'AéroPortail



## Moyens de communications favoris



## RECOMMANDATION #10

- Améliorer la notoriété et l'usage de l'AéroPortail.  
*Bonifier les informations disponibles à l'égard des formations et des métiers disponibles dans le secteur.*
- Expliquer les parcours académiques nécessaires pour intégrer le marché de l'emploi pour les différents métiers.
- Informer sur les tâches effectuées, les conditions de travail, le salaire moyen pour les différents métiers.  
*Privilégier les présentations sous formats de témoignages vidéo.*

# 11 Les jeunes démontrent un intérêt marqué pour les stages

Il y a un réel intérêt pour les jeunes envers les stages. Que ce soit un stage d'une journée ou deux dans le cadre d'un cours au secondaire, ou un stage d'une session à l'université, les jeunes jugent qu'il s'agit d'un atout majeur à leur parcours scolaire. Les plus vieux milléniaux qui n'ont pas eu la chance de réaliser un stage admettent qu'ils auraient adoré avoir l'opportunité. Les stages permettent dans un premier temps aux jeunes de voir s'ils ont un intérêt réel pour les tâches à accomplir les tâches journalières d'un emploi dans le domaine qu'ils envisagent, et dans un second temps, permettent de mettre concrètement en pratique les acquis des différents cours de leur parcours scolaire.

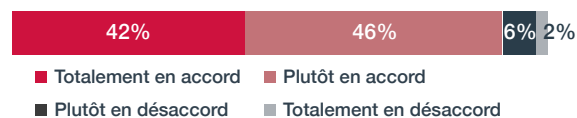
## Certains jeunes ont affirmé:

« J'ai pas eu la possibilité [de faire un stage], mais j'aurais aimé ça. »

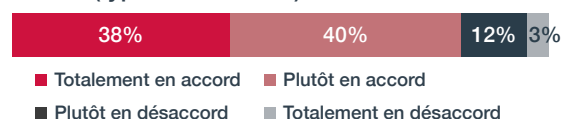
« C'est en travaillant que tu vois ce que tu aimes ou pas. »

## Perceptions des stages

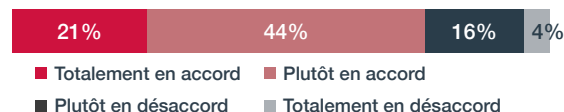
Effectuer des stages en entreprises constitue une opportunité exceptionnelle d'intégrer une industrie



J'aimerais avoir l'opportunité de travailler dans le secteur qui me plaît tout en poursuivant mes études (type travail-étude)



Personnellement, je préfère les formations de type alternance travail-étude



« Moi dans le cadre de mon programme il y a seulement 1 stage et je trouve ça dommage. »



## RECOMMANDATION #11

- Les entreprises du secteur et les écoles devraient développer une offre de stage variée : stage d'un jour, découverte en entreprise, initiation, stages crédités, etc.
- Le développement d'un programme d'enseignement coopératif dans lequel les étudiants alternent entre cours et stage rémunérés en entreprises est une avenue qui devrait être explorée par les membres de l'industrie.

# 12 Les petites et moyennes entreprises ont la cote

Les trois quarts des jeunes Québécois préféreraient travailler dans une petite ou une moyenne entreprise. Ils ont la perception que c'est dans les PME québécoises qu'ils obtiendront les meilleures conditions, la meilleure ambiance et la plus grande flexibilité dans les horaires de travail. Ce sont tous des critères très importants pour les jeunes lorsque vient le temps de choisir un emploi. Les grandes entreprises sont plutôt reconnues pour offrir des salaires plus compétitifs et des avantages sociaux plus intéressants.

## Certains jeunes ont affirmé:

« Ça pourrait être une startup et être le bon endroit pour moi. L'enveloppe peut aussi être très belle et finalement c'est l'enfer. »

## Quelle taille d'entreprise est la mieux placée pour offrir...



Petite entreprise  
(moins de 50 employés)

La meilleure  
ambiance  
de travail (58%)

Le meilleur  
environnement  
de travail (49%)

Les horaires  
les plus  
flexibles (32%)



Moyenne entreprise  
(50 à 499 employés)

La possibilité  
de s'accomplir  
professionnellement  
(37%)

Les meilleures  
possibilités  
d'avancement (35%)

Les meilleures  
conditions de travail  
en général (32%)



Grande entreprise  
(500 employés et plus)

Les avantages sociaux  
les plus intéressants  
(assurances,  
remboursement de frais  
de transport, frais payés,  
etc.) (60%)

Les postes les plus  
prestigieux (52%)

Le salaire le plus  
compétitif (49%)



## RECOMMANDATION #12

- Les grandes entreprises du domaine de l'aérospatiale devraient prendre la peine de mettre de l'avant les conditions de travail de leurs employés, l'environnement de travail qu'ils offrent ainsi que l'ambiance de travail.
- Les petites et les moyennes entreprises devraient communiquer davantage sur les avantages sociaux et les salaires qu'ils offrent à leurs employés.

**AÉRO**   
**MONTREAL**

