



Centre de la sécurité  
des télécommunications

Communications  
Security Establishment

# Évaluation de la stratégie de recrutement du CST

## Rapport final

Préparé à l'intention du Centre de la sécurité des télécommunications

Nom du fournisseur : Earnscliffe Strategy Group  
Numéro de contrat : 2 L165-220555/001/CY  
Valeur du contrat : 56 419,37 \$  
Date d'attribution des services : 18 janvier 2022  
Date de livraison : 4 mars 2022

Numéro d'enregistrement : ROP 102-21  
Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec le Centre de la sécurité des télécommunications à l'adresse :  
[media@cse-cst.gc.ca](mailto:media@cse-cst.gc.ca)

***This report is also available in English.***

# Évaluation de la stratégie de recrutement du CST

## Rapport final

Préparé à l'intention du Centre de la sécurité des télécommunications

Nom du fournisseur : Earncliffe Strategy Group  
Mars 2022

Le présent rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats de séances de discussion menées par Earncliffe Strategy Group pour le compte du Centre de la sécurité des télécommunications. L'étude s'est déroulée en février 2022.

This publication is also available in English under the title: CSE Recruitment Branding Testing

La présente publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Il faut avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite du Centre de la sécurité des télécommunications. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec le Centre de la sécurité des télécommunications à l'adresse : [media@cse-cst.gc.ca](mailto:media@cse-cst.gc.ca) ou par la poste à l'adresse :

Centre de la sécurité des télécommunications  
C.P. 9703, Terminus  
Ottawa (Ontario) K1G 3Z4  
Canada

N° de catalogue : D96-86/2022F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-42981-6

Publications connexes (numéro d'enregistrement : ROP 102-21) : D96-86/2022E-PDF

CSE Recruitment Branding Testing (rapport final, version anglaise) ISBN 978-0-660-42980-9

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par la ministre de la Défense nationale, 2022

# Table des matières

<b>Résumé .....</b>	<b>1</b>
<b>Introduction .....</b>	<b>7</b>
<b>Constatations détaillées .....</b>	<b>9</b>
Aspirations et objectifs professionnels .....	9
Réactions aux concepts .....	11
Réactions aux slogans .....	20
Réactions aux messages .....	23
<b>Conclusions .....</b>	<b>24</b>
<b>Annexe A – Rapport de méthodologie des séances de discussion en groupe .....</b>	<b>26</b>
<b>Annexe B – Questionnaire de recrutement.....</b>	<b>29</b>
<b>Annexe C – Guide de discussion.....</b>	<b>39</b>
<b>Annexe D – Concepts .....</b>	<b>44</b>

## Résumé

Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe) a le plaisir de présenter au Centre de la sécurité des télécommunications ce rapport résumant les résultats de son étude qualitative menée dans le but d'évaluer des concepts de recrutement.

Le Centre de la sécurité des télécommunications (CST) est l'un des principaux organismes de sécurité et de renseignement du Canada. Il joue un rôle important dans la protection du Canada et des Canadiens contre le terrorisme basé à l'étranger, l'espionnage étranger, les cyberattaques, l'enlèvement de Canadiens à l'étranger, les attentats visant les ambassades canadiennes et d'autres menaces graves de la part d'entités étrangères importantes, contribuant ainsi à assurer la prospérité, la sécurité et la stabilité de notre pays. Le recrutement et les ressources humaines font partie intégrante de ses initiatives globales. Le CST réunit les esprits les plus brillants et les technologies de pointe depuis son siège social de calibre mondial à Ottawa. Le résultat : un milieu de travail dynamique, novateur et enrichissant. Le CST est considéré comme l'un des meilleurs employeurs pour les jeunes au Canada depuis plusieurs années.

Plus récemment, avec le lancement de son Centre canadien pour la cybersécurité, le CST est de plus en plus visible auprès du public et joue un rôle de premier plan dans la gestion des risques nationaux associés à la cybersécurité. Il ne s'agit plus d'une organisation secrète, mais plutôt d'une organisation qui détient des secrets. En raison de cette évolution, l'organisme a décidé de mettre à jour sa stratégie de recrutement et a ainsi demandé que soit menée une recherche sur l'opinion publique afin d'évaluer les réactions aux concepts préliminaires.

Le principal objectif de la recherche était d'explorer les réactions à une série de concepts afin de déterminer quelles approches, du point de vue du style et du message, convenaient le mieux aux groupes cibles, soit les étudiants dans le domaine de la science, de la technologie, de l'ingénierie et des mathématiques (STIM) et les professionnels en milieu de carrière.

L'information obtenue à la suite de cette recherche sur l'opinion publique sera communiquée à l'échelle du ministère afin d'orienter l'élaboration de produits et de stratégies de communication. La valeur totale du contrat pour cette recherche s'élève à 56 419,37 \$, TVH incluse.

Pour atteindre les objectifs de la recherche, Earnscliffe a mené, le 16 février 2022, une série de six séances virtuelles de discussion en groupe auprès d'un total de 57 participants. L'étude a ciblé deux marchés, avec quatre séances menées (en anglais) auprès de citoyens canadiens résidant dans la région du Grand Toronto, du sud de l'Ontario et de l'est de l'Ontario et quatre séances menées (en français) auprès de citoyens canadiens vivant à Montréal et dans l'ouest

du Québec. Trois des groupes étaient composés d'étudiants dans les STIM et trois, de professionnels en milieu de carrière. Les étudiants étaient définis comme des personnes âgées de 18 à 29 ans qui sont inscrites à un programme universitaire dans les STIM, qui ont récemment obtenu leur diplôme d'un programme de STIM (au cours des deux dernières années) ou qui travaillent dans le domaine de la cybersécurité, de la sécurité des réseaux ou des renseignements. Les professionnels en milieu de carrière étaient définis comme des personnes âgées de 30 à 45 ans qui travaillent pour le gouvernement (fédéral, provincial ou municipal), dans un domaine des STIM ou encore dans les domaines de la cybersécurité, de la sécurité des réseaux ou des renseignements. Deux des séances, une pour chaque groupe cible, ont été menées auprès de personnes qui maîtrisent le chinois à l'oral et à l'écrit.

*Il est important de noter qu'une recherche qualitative consiste en une forme de recherche scientifique, sociale, sur les politiques et sur l'opinion publique. La recherche par groupes de discussion n'a pas pour but d'aider un groupe à atteindre un consensus ou à prendre une décision, mais vise plutôt à recueillir un éventail d'idées, de réactions, d'expériences et de points de vue auprès d'un échantillon choisi de participants s'exprimant sur un sujet donné. Il est à noter qu'en raison de leur faible nombre, les participants ne peuvent être considérés comme étant statistiquement parfaitement représentatifs de l'ensemble de la population dont ils sont un échantillon. Les résultats obtenus ne peuvent donc pas être généralisés au-delà de ces échantillons. Ils doivent donc être utilisés à titre indicatif seulement.*

## Principales constatations

### Aspirations et objectifs professionnels

- Pour la plupart, les participants veulent être stimulés sur le plan professionnel et avoir l'impression de faire quelque chose de significatif ou d'utile. Ils veulent également se sentir soutenus par leur employeur, bien concilier travail et vie personnelle et disposer d'une certaine flexibilité quant à leur milieu de travail, à leur emplacement (notamment avec le télétravail) et à leur horaire.
- À certains égards, ces aspirations semblent incompatibles avec leur perception d'une carrière dans la fonction publique. Lorsqu'ils ont été questionnés à ce sujet, les participants n'ont pas semblé trouver qu'une carrière dans la fonction publique était très intéressante ou stimulante, mais les discussions ont démontré que peu d'entre eux connaissaient réellement en quoi consistent les carrières dans le secteur public.

## Réactions aux concepts

- Il convient de mentionner qu'il semble y avoir eu problème dans la façon dont les couleurs sur tous les concepts se sont affichées à l'écran, le texte et les éléments orangés semblant plus près du rouge. De plus, dans la version française des concepts C et D, certaines parties des images étaient décalées et il semble y avoir eu un problème avec la transparence des couches d'image.
- Dans l'ensemble, les quatre concepts ont suscité des réactions allant de tièdes à généralement favorables, bien que l'enthousiasme ait varié quelque peu d'un concept à l'autre. Personne n'a semblé réagir de manière très négative à aucun des concepts et presque tous les participants ont jugé qu'il serait approprié de présenter une carrière au CST de cette façon, bien que des sentiments très différents aient été évoqués avec chaque concept.
- Plusieurs participants ont fait remarquer qu'aucun des concepts ne semblait fournir beaucoup de détails sur le CST, une approche qu'ils ont supposé être délibérée (pour piquer leur curiosité).
  - Il convient de noter que très peu de gens connaissaient spontanément le CST et certains ont manifesté un désir d'en apprendre davantage au sujet de l'organisme afin de mieux comprendre en quoi consisterait une carrière au CST.
- Lorsqu'on leur a demandé si les concepts les inciteraient à agir, plusieurs participants ont indiqué que, selon le moment du visionnement, il était possible qu'ils se rendent sur le site Web ou qu'ils effectuent des recherches en ligne pour obtenir de plus amples renseignements. En ce qui concerne les versions pour les médias sociaux, la plupart des gens ont douté qu'ils aimeraient ou partageraient les publications, principalement pour des raisons personnelles et non à cause de la publication elle-même.
- Les participants (dans les deux groupes cibles) ont préféré le concept A, suivi du concept D. Les concepts B et C ont été sélectionnés beaucoup moins fréquemment.
- Les aspects du concept A qui ont vraiment plu aux participants étaient la représentation filaire du visage, le style, minimaliste et moderne et l'utilisation limitée mais efficace de la couleur (contraste prononcé). Le concept véhiculait l'idée de technologie, de numérique et d'analogique, d'intelligence artificielle et de sécurité (pour quelques-uns). Il a aussi été décrit comme étant accrocheur et mémorable, et a semblé susciter différentes réactions (par exemple, l'envie de voir d'autres exemples de représentations filaires ou de visiter le site Web).

- Le concept D a lui aussi suscité des réactions généralement positives. Ceux qui l'ont aimé ont apprécié les couleurs sombres et le sentiment de mystère et d'intrigue qui était véhiculé. Les participants ont retenu un message axé sur l'espace, la technologie, l'ingénierie et la sécurité, en raison de l'icône ressemblant à une serrure.
- Dans le concept C, l'icône d'objectif était intéressante et véhiculait l'idée d'espace, mais aussi d'innovation, de technologie et de sécurité pour certains. Quelques participants parmi les professionnels en milieu de carrière ont trouvé que le positionnement du logo du CST dans le cercle orange au centre de l'objectif évoquait la surveillance ou *Big Brother*, donnant l'impression que le CST est toujours à l'écoute, ce qu'ils ont jugé troublant et dérangeant. Les étudiants, cependant, ont aimé l'utilisation de la couleur et ont trouvé le concept accrocheur et dynamique.
- Les participants ont trouvé que le concept B était encombré et dispersé, dépourvu d'un thème central, et ne l'ont trouvé ni accrocheur ni mémorable. Ce concept n'a pas semblé véhiculer l'idée de technologie ou de sécurité, mais plutôt d'administration, de ressources humaines et de consultation. Aucune signification n'a été associée à la flèche orange ou au cercle vers lequel elle pointe. Les participants ont toutefois aimé l'utilisation de la couleur. Ce concept était le plus coloré et le plus lumineux des quatre, ce qui a semblé plaire aux étudiants.
- En ce qui concerne le concept en chinois, les réactions sont allées de neutres à positives, mais elles étaient particulièrement favorables chez les étudiants. Ceux qui l'ont aimé l'ont décrit comme étant lumineux, coloré, accrocheur et dynamique. Les étudiants ont beaucoup aimé que cette publicité leur semble destinée. Ils se sont sentis fiers et reconnaissants que le Canada accorde suffisamment d'importance à leur contribution pour s'adresser à eux précisément. Les professionnels en milieu de carrière ne se sont pas aussi facilement reconnus dans cette publicité, et quelques-uns se sont sentis visés d'une façon les rendant mal à l'aise.
- Chez les professionnels en milieu de carrière, les opinions étaient partagées quant à savoir si les deux traductions en chinois devraient être affichées dans la publicité. Certains étaient d'avis que l'omission de l'une des traductions serait perçue comme de l'insensibilité culturelle. D'autres ont estimé que la présence des deux traductions surchargerait le concept, et donc que la traduction en chinois simplifié serait suffisante.

## Réactions aux slogans

- Dans l'ensemble, le slogan proposé, *Faites partie d'une mission qui compte*, a suscité des réactions plutôt tièdes. Les participants ne l'ont pas trouvé très inspirant et l'ont décrit comme étant générique, une phrase pouvant être utilisée par n'importe quelle organisation.
- Les réactions à l'autre version, *Une mission qui compte*, étaient tout aussi neutres, sinon légèrement plus négatives en raison de l'absence du lien personnel évoqué par « Faites partie ».
- En chinois, la plupart des participants ont préféré les slogans *Ton avenir se dessine au CST* ou *Le CST : bâtisseur d'avenir*. Les deux ont été considérés comme inspirants et orientés vers l'avenir. Le slogan *La sécurité d'emploi t'attend au CST* était le moins inspirant et a semblé le moins compatible avec la description de leur carrière idéale.
- Les traductions en chinois ont été jugées un peu trop longues, verbeuses et malhabiles, et les traductions du slogan *Ta carrière s'amorce au CST* n'ont pas semblé exprimer le même message qu'en français.

## Réactions aux messages

- Le message *Vous jouerez un rôle dans la défense du Canada* a été généralement bien reçu. Pour certains, il était inspirant et véhiculait un sentiment de fierté, semblant lié à leur désir d'avoir une profession stimulante, significative et gratifiante. Pour d'autres, ce message leur rappelait l'armée, ce qui n'a pas toujours été accueilli de façon favorable.
- Les autres messages, *L'ennui ne fera pas partie de votre horaire*, *Vous ferez partie d'une équipe* et *Vous saurez que vos efforts comptent*, ont été qualifiés de plutôt génériques et applicables à n'importe quelle profession.

Société responsable de la recherche :

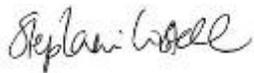
Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe)  
Numéro de contrat : 2 L165-220555/001/CY  
Date d'attribution du contrat : 18 janvier 2022

Par la présente, je certifie, en ma qualité de représentante pour la société Earnscliffe Research Group, que les produits livrables définitifs sont entièrement conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique, comme elles sont définies dans la politique de communication du gouvernement du Canada et dans la procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus

particulièrement, les produits livrables ne font aucune mention des intentions de vote électoral, des préférences quant aux partis politiques, des positions des partis ou de l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son chef.

Signature :

Date : 4 mars 2022



Stephanie Constable  
Partenaire, Earncliffe

## Introduction

Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe) a le plaisir de présenter au Centre de la sécurité des télécommunications ce rapport résumant les résultats de son étude qualitative menée dans le but d'évaluer des concepts de recrutement.

Le Centre de la sécurité des télécommunications (CST) est l'un des principaux organismes de sécurité et de renseignement du Canada. Il joue un rôle important dans la protection du Canada et des Canadiens contre le terrorisme basé à l'étranger, l'espionnage étranger, les cyberattaques, l'enlèvement de Canadiens à l'étranger, les attentats visant les ambassades canadiennes et d'autres menaces graves de la part d'entités étrangères importantes, contribuant ainsi à assurer la prospérité, la sécurité et la stabilité de notre pays. Le recrutement et les ressources humaines font partie intégrante de ses initiatives globales. Le CST réunit les esprits les plus brillants et les technologies de pointe depuis son siège social de calibre mondial à Ottawa. Le résultat : un milieu de travail dynamique, novateur et enrichissant. Le CST est considéré comme l'un des meilleurs employeurs pour les jeunes au Canada depuis plusieurs années.

Plus récemment, avec le lancement de son Centre canadien pour la cybersécurité, le CST est de plus en plus visible auprès du public et joue un rôle de premier plan dans la gestion des risques nationaux associés à la cybersécurité. Il ne s'agit plus d'une organisation secrète, mais plutôt d'une organisation qui détient des secrets. En raison de cette évolution, l'organisme a décidé de mettre à jour sa stratégie de recrutement et a ainsi demandé que soit menée une recherche sur l'opinion publique afin d'évaluer les réactions aux concepts préliminaires.

Le principal objectif de la recherche était d'explorer les réactions à une série de concepts afin de déterminer quelles approches, du point de vue du style et du message, convenaient le mieux aux groupes cibles, soit les étudiants dans le domaine de la science, de la technologie, de l'ingénierie et des mathématiques (STIM) et les professionnels en milieu de carrière. L'information obtenue à la suite de cette recherche sur l'opinion publique sera communiquée à l'échelle du ministère afin d'orienter l'élaboration de produits et de stratégies de communication.

Cette étude avait comme objectif précis de déterminer dans quelle mesure :

- les concepts de recrutement attirent l'attention des participants;
- les concepts de recrutement sont perçus comme étant réalistes et crédibles;
- les concepts de recrutement sont considérés comme bien réalisés;
- le slogan proposé est efficace;
- les messages clés du concept vidéo sont bien reçus et compris;
- les concepts de recrutement suscitent l'intérêt des participants pour une carrière au CST;
- les participants seraient susceptibles de postuler à un emploi.

L'étude visait en outre à évaluer les réactions d'un groupe cible secondaire (des personnes parlant le chinois) à un concept publicitaire imprimé, notamment en déterminant dans quelle mesure :

- la publicité attire l'attention des participants sinophones;
- la publicité est perçue comme étant réaliste et crédible;
- la publicité est perçue comme étant bien réalisée;
- la publicité est perçue comme troublante ou offensante;
- l'appel à l'action est clair et bien compris.

Pour atteindre les objectifs de la recherche, Earncliffe a mené, le 16 février 2022, une série de six séances virtuelles de discussion en groupe. L'étude a ciblé deux marchés, avec quatre séances menées (en anglais) auprès de citoyens canadiens résidant dans la région du Grand Toronto, du sud de l'Ontario et de l'est de l'Ontario et quatre séances menées (en français) auprès de citoyens canadiens vivant à Montréal et dans l'ouest du Québec. Trois des groupes étaient composés d'étudiants dans les STIM et trois, de professionnels en milieu de carrière. Les étudiants étaient définis comme des personnes âgées de 18 à 29 ans qui sont inscrites à un programme universitaire dans les STIM, qui ont récemment obtenu leur diplôme d'un programme de STIM (au cours des deux dernières années) ou qui travaillent dans le domaine de la cybersécurité, de la sécurité des réseaux ou des renseignements. Les professionnels en milieu de carrière étaient définis comme des personnes âgées de 30 à 45 ans qui travaillent pour le gouvernement (fédéral, provincial ou municipal), dans un domaine des STIM ou encore dans les domaines de la cybersécurité, de la sécurité des réseaux ou des renseignements. Deux des séances, une pour chaque groupe cible, ont été menées auprès de personnes qui maîtrisent le chinois à l'oral et à l'écrit. Le tableau ci-dessous indique la composition et le nombre de participants de chaque groupe ainsi que la date et l'heure de chaque séance.

Tableau 1 – Composition des groupes, horaire des séances et nombre de participants

Séance	Groupe cible	Région/langue	Heure	Nombre de participants
Mercredi 16 février 2022				
1	Étudiants âgés de 18 à 29 ans	RGT/Sud et Est de l'Ontario (anglais)	14 h HNE	9
2	Étudiants âgés de 18 à 29 ans	Montréal/Ouest du Québec (français)	14 h HNE	10
3	Étudiants chinois âgés de 18 à 29 ans	RGT/Sud et Est de l'Ontario (anglais)	16 h HNE	10
4	Professionnels en milieu de carrière chinois âgés de 30 à 45 ans	RGT/Sud et Est de l'Ontario (anglais)	16 h HNE	9
5	Professionnels en milieu de carrière âgés de 30 à 45 ans	RGT/Sud et Est de l'Ontario (anglais)	18 h HNE	10
6	Professionnels en milieu de carrière âgés de 30 à 45 ans	Montréal/Ouest du Québec (français)	18 h HNE	9

Le questionnaire de recrutement et le guide de discussion sont annexés au présent rapport.

*Il est important de noter qu'une recherche qualitative consiste en une forme de recherche scientifique, sociale, sur les politiques et sur l'opinion publique. La recherche par groupes de discussion n'a pas pour but d'aider un groupe à atteindre un consensus ou à prendre une décision, mais vise plutôt à recueillir un éventail d'idées, de réactions, d'expériences et de points de vue auprès d'un échantillon choisi de participants s'exprimant sur un sujet donné. Il est à noter qu'en raison de leur faible nombre, les participants ne peuvent être considérés comme étant statistiquement parfaitement représentatifs de l'ensemble de la population dont ils sont un échantillon. Les résultats obtenus ne peuvent donc pas être généralisés au-delà de ces échantillons.*

## Constatations détaillées

Le présent rapport qualitatif est divisé en quatre parties. La première présente les aspirations et les objectifs professionnels des participants. Les trois autres explorent les réactions aux concepts de recrutement, aux slogans et aux messages.

Il convient de noter que, même si les groupes ont été séparés en fonction de la région, de la situation de carrière et de la langue, les discussions étaient assez semblables dans l'ensemble des groupes cibles. Sauf indication contraire, les constatations présentées dans le présent rapport sont communes à tous les groupes cibles; seules les différences importantes sont mentionnées.

### Aspirations et objectifs professionnels

Les séances de discussion ont commencé par une discussion préliminaire visant à comprendre les objectifs de carrière et les aspirations professionnelles des participants. Cette discussion initiale a révélé de précieux renseignements et, comme nous le verrons plus tard, a établi un contexte utile permettant de mieux comprendre les réactions des participants à certains composants des concepts.

Pour la plupart, les participants veulent être stimulés sur le plan professionnel et avoir l'impression de faire quelque chose de significatif ou d'utile. Ils veulent travailler dans un environnement de collaboration, au sein d'équipes dont les membres présentent des forces différentes et apportent des points de vue variés, remettant en question leurs propres opinions et leur donnant l'occasion d'apprendre et de se perfectionner. Il est important pour eux de pouvoir faire confiance à leur employeur et à leurs collègues, et de bénéficier de la confiance des autres en retour. Ils veulent aussi se sentir soutenus. Ils veulent disposer d'une certaine flexibilité quant à leur milieu de travail, à leur emplacement (notamment avec la possibilité de

travailler à distance depuis leur domicile ou à l'étranger) et à leur horaire, en particulier dans le but de mieux concilier travail et vie personnelle. Quelques participants ont exprimé le désir de faire partie d'une entreprise innovante, d'accomplir des tâches variées et d'être autonomes.

« Mon emploi idéal serait au sein d'une petite ou moyenne entreprise ayant une dimension humaine, avec des interactions sociales fréquentes. Un travail qui me permettrait de croître sur le plan professionnel et qui m'appuierait dans l'obtention de ma certification professionnelle. Enfin, je préférerais des tâches qui ne sont pas répétitives, mais qui sont plutôt stimulantes et qui me permettent de mener des projets techniquement novateurs et stimulants. » – Professionnel en milieu de carrière, Québec

« Le plus enrichissant pour moi serait d'occuper un emploi qui me permet de concilier travail et vie personnelle. J'ai constaté que les longues heures de travail et les horaires chargés ont eu des répercussions négatives sur ma santé mentale. » – Étudiant sinophone, Ontario

À certains égards, ces aspirations semblent incompatibles avec leur perception d'une carrière dans la fonction publique. Lorsqu'ils ont été questionnés à ce sujet, les participants n'ont pas semblé trouver qu'une carrière dans la fonction publique était très intéressante ou stimulante. La plupart ont eu tendance à décrire une telle carrière comme routinière et bureaucratique, quoique stable; le régime de retraite a été cité comme un avantage. Toutefois, les discussions ont également révélé que peu de participants savaient réellement en quoi consistent les carrières dans le secteur public; un seul participant a dit avoir déjà entendu parler du CST ou a formulé une impression à ce sujet. En fait, ces carrières ne semblaient tout simplement pas être dans leur ligne de mire. Les seules organisations précises qui ont été citées comme employeurs de choix étaient Google et l'Hôpital pour enfants malades de Toronto (SickKids).

« Ce n'est pas mon premier choix, mais je pourrais envisager de travailler pour le gouvernement en raison de la sécurité d'emploi et des avantages sociaux. Pour avoir la certitude de pouvoir compter sur cette carrière pour assurer mon mode de vie. Cette raison pourrait me faire envisager un emploi au gouvernement. Toutefois, ce ne serait pas très novateur, et je n'aurais peut-être pas la liberté d'explorer d'autres champs d'intérêt ou de travailler à l'avant-garde de la science. » – Étudiant, Ontario

Lorsqu'on leur a demandé si une carrière au CST serait semblable ou différente des autres carrières au gouvernement du Canada, la plupart des participants n'en étaient pas certains ou n'ont pas été en mesure d'établir une distinction. Certaines personnes ont dit ne pas en savoir

suffisamment à ce sujet pour pouvoir fournir une réponse, et quelques-uns étaient d'avis qu'une telle carrière pourrait être différente en raison du domaine.

« Je pense que ce serait certainement plus intéressant que de travailler dans le domaine de la cybersécurité pour une entreprise. Je crois que le mandat serait beaucoup plus vaste. Le travail pourrait être difficile en raison de la bureaucratie. » – Professionnel en milieu de carrière, Ontario

Cette question n'a pas été abordée dans tous les groupes, mais pour obtenir de l'information sur des perspectives d'emploi, les participants consulteraient le plus souvent LinkedIn. Aucune autre source n'a été mentionnée par plus d'un participant.

« Je dirais LinkedIn, bien que le gouvernement ne diffuse pas généralement de la publicité à cet endroit. Mais j'ai remarqué récemment que plusieurs ministères le font. Cela me semble logique, parce que cela vous permet d'entrer en relation avec d'autres personnes de votre domaine. » – Professionnel sinophone en milieu de carrière, Ontario

## Réactions aux concepts

Quatre concepts de recrutement ont été présentés aux participants, un à la fois, en ordre aléatoire. Pour chacun d'eux, quatre exemples ont été présentés pour illustrer la façon dont le concept serait utilisé dans des documents, du matériel promotionnel et des publications sur les réseaux sociaux. Une fois chaque concept présenté, les participants ont été invités à prendre part à une discussion en groupe afin d'évaluer leurs réactions générales et leurs préférences. Les quatre concepts sont présentés ci-dessous. L'ensemble du contenu évalué pour chaque concept se trouve à l'annexe D.



Aux fins du présent rapport, il est important de mentionner qu'il semble y avoir eu un problème dans la façon dont les couleurs sur tous les concepts se sont affichées à l'écran, le texte et les éléments orangés semblant plus près du rouge. De plus, dans la version française des concepts C et D, certaines parties des images étaient décalées et il semble y avoir eu un problème avec la transparence des couches d'image. Il est difficile de savoir comment chacun

des groupes cibles aurait réagi aux autres versions, et nous avons noté tout au long du présent rapport les réactions qui semblaient concerner précisément les différences visuelles.

Concept C : Français



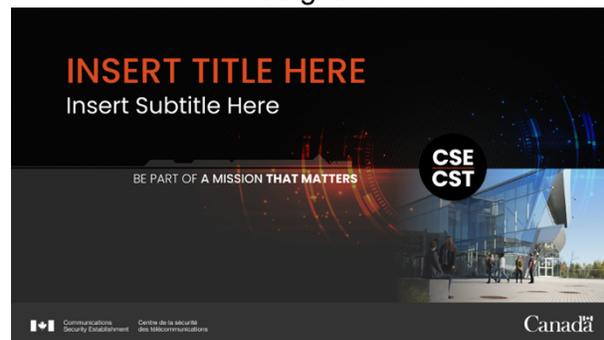
Anglais



Concept D : Français



Anglais



Dans l'ensemble, les quatre concepts ont suscité des réactions allant de tièdes à généralement favorables, bien que l'enthousiasme ait varié quelque peu d'un concept à l'autre. Personne n'a semblé réagir de manière très négative à aucun des concepts et presque tous les participants ont jugé qu'il serait approprié de présenter une carrière au CST de cette façon, bien que des sentiments très différents aient été évoqués avec chaque approche.

Plusieurs participants ont fait remarquer qu'aucun des concepts ne semblait fournir beaucoup de détails sur le CST, une approche qu'ils ont supposé être délibérée (pour piquer leur curiosité). Il convient de noter que, puisque la connaissance de l'organisme était limitée, certaines personnes ont exprimé le désir d'en apprendre davantage à ce sujet afin de mieux comprendre en quoi consisterait une carrière au CST. Dans la mesure où ces concepts seraient utilisés dans le cadre d'une campagne de recrutement, les participants ont suggéré d'inclure un peu plus d'information sur le CST.

« Selon moi, il n'y a pas assez d'information. On y dit bien quelque chose.  
L'offre d'emploi semble légitime, mais elle ne m'en dit pas suffisamment pour

me permettre de vraiment y penser, parce qu'aucune des photos n'est selon moi pertinente. » – Professionnel sinophone en milieu de carrière, Ontario

« Le manque d'information est frustrant. » – Professionnel sinophone en milieu de carrière, Ontario

Lorsqu'on leur a demandé si les concepts les inciteraient à agir, plusieurs participants ont indiqué que, selon le moment du visionnement, il était possible qu'ils se rendent sur le site Web ou qu'ils effectuent des recherches en ligne pour obtenir de plus amples renseignements. En ce qui concerne les versions pour les médias sociaux, la plupart des gens ont douté qu'ils aimeraient ou partageraient les publications. Certains ont indiqué ne pas souhaiter utiliser les réseaux sociaux de cette façon. D'autres ont expliqué que cela dépendrait grandement du moment ou de l'endroit où ils verraient la publicité sur les réseaux sociaux, et de si l'une de leurs connaissances était à la recherche d'un emploi.

En ce qui concerne l'utilisation d'icônes, de symboles et d'images (de photos), les opinions variaient.

En général, les icônes et symboles utilisés ont semblé plus authentiques que certaines des images, lesquelles semblaient provenir de banques de photographies (et étaient donc vides de sens). Certains dessins (c'est-à-dire la représentation filaire du visage ou l'objectif circulaire) ont bien réussi à établir le lien avec la technologie, l'espace et le numérique (peut-être moins avec la sécurité); en revanche, les gens ont trouvé que la flèche orange ne voulait rien dire.

Lorsqu'on leur a demandé quels dessins ou symboles pourraient être utilisés pour illustrer la cybersécurité, les participants ont suggéré un cadenas, une clé, un ordinateur, une caméra, des zéros et des uns, la toile d'Internet, des polygones ou un circuit imprimé. Une personne a fait remarquer que l'utilisation de cercles, de cadrans et d'objectifs était bien connue dans le secteur de la cybersécurité.

En ce qui concerne les photographies, en supposant que l'environnement et les personnes représentés sont authentiques, les participants ont aimé le sentiment d'esprit d'équipe, de collaboration, de diversité et d'inclusion qui était sous-entendu. D'autres ont eu l'impression que ces mêmes photos évoquaient la structure et un horaire de 9 h à 17 h, ce qui ne cadrerait pas avec leur désir de lieu et d'horaire de travail flexibles. Certains se sont montrés sceptiques quant aux photos d'un édifice moderne, en verre, qui ne correspond pas à leur perception des édifices gouvernementaux, surtout de ceux se rapportant à la sécurité.

« Cela me fait penser à l'espace. C'est futuriste. L'édifice moderne me donne l'impression qu'il ne s'agit pas seulement d'un emploi ennuyeux au gouvernement. » – Professionnel en milieu de carrière, Ontario

Les participants (dans les deux groupes cibles) ont préféré le concept A, suivi du concept D. Les concepts B et C ont été sélectionnés beaucoup moins fréquemment.

Tableau 1 : *Quel concept préférez-vous? Lequel arrive au deuxième rang?*

Concept	Étudiants dans les STIM	Professionnels en milieu de carrière	TOTAL
Concept A	23	24	47
Concept D	11	20	31
Concept C	12	5	17
Concept B	10	5	15

Les réactions propres à chaque concept sont présentées de façon détaillée ci-dessous, dans le même ordre que le tableau 1.

### Concept A

Selon les réponses, le concept A a été le plus apprécié des quatre, et ce, dans tous les groupes cibles et dans toutes les régions. Ce choix a été confirmé lors des discussions.

Les aspects du concept A qui ont vraiment plu aux participants étaient la représentation filaire du visage, le style minimaliste et moderne et l'utilisation limitée mais efficace de la couleur avec des contrastes prononcés (la police blanche et rouge sur un arrière-plan noir). Le concept véhiculait l'idée de technologie, de numérique et d'analogique, d'intelligence artificielle et de sécurité (pour quelques-uns). La représentation filaire du visage évoquait les interactions humaines, ce qui était également attrayant. Le concept a aussi été décrit comme étant accrocheur et mémorable, et a semblé susciter différentes réactions (par exemple, l'envie de voir d'autres exemples de représentations filaires ou de visiter le site Web). De tous les concepts testés, le concept A a été perçu comme le moins générique ou banal.

« L'image véhicule selon moi l'idée qu'il s'agit d'une organisation futuriste axée sur la technologie. Le style est aussi épuré, aéré. J'aime cet aspect futuriste. » – Professionnel sinophone en milieu de carrière, Ontario

« Honnêtement, ce concept me plaît. J'aime l'utilisation de la silhouette d'aspect technologique plutôt que de véritables humains. J'ai l'impression que cela cadre bien avec la description du poste. Cela rappelle le secteur de la

sécurité. Je pense que cela pourrait attirer les gens qui s'intéressent à ce genre de choses. » – Étudiant sinophone, Ontario

Cela dit, certains participants ont trouvé ce concept sombre, et quelques professionnels en milieu de carrière étaient d'avis qu'il ciblait davantage un public plus jeune, fraîchement sorti de l'université.

Il est également important de noter que, bien que la représentation filaire du visage sur l'exemple de document PowerPoint ait été en général bien reçue, certains ont noté qu'elle semblait trop pâle. Ils ont reconnu que les filigranes doivent être pâles, mais ont jugé que l'image pourrait être un peu plus foncée et tout de même être efficace.

De nombreux étudiants ont relevé que, même si le concept leur plaît, il ressemble à d'autres images vues sur le campus et donc ne se démarquerait pas sur une affiche.

« Je trouve qu'il paraît bien. Le problème, c'est qu'il n'attire pas mon attention. Lorsque je me promène sur le campus, je peux voir au moins 10 affiches qui sont pratiquement identiques à ce concept. Ce type d'affiches est vraiment courant. Je trouve tout de même qu'il paraît bien. » – Étudiant, Ontario

De tous les concepts évalués, c'est celui-là qui est jugé comme le plus susceptible d'inciter les gens du domaine de la technologie à postuler s'ils voyaient la publication sur les réseaux sociaux. C'est aussi celui que les participants seraient le plus motivés à aimer ou à partager sur leurs propres réseaux sociaux.

## **Concept D**

Les questions posées durant la discussion ont révélé que le concept D arrive au deuxième rang des préférences. Il convient toutefois de noter que ce concept a plu davantage aux professionnels en milieu de carrière qu'aux étudiants, et qu'il a récolté presque autant de voix que le concept A chez les membres de ce groupe. La version anglaise a aussi été évaluée plus favorablement que la version testée en français.

« Cela piquerait ma curiosité. J'irais consulter le site Web. Cela me donne l'impression que je ferais partie de quelque chose. » – Professionnel en milieu de carrière, Québec

Ceux qui l'ont aimé, les professionnels en milieu de carrière, l'ont trouvé moderne et professionnel, tandis que ceux qui ne l'ont pas aimé autant, les étudiants, l'ont trouvé générique, estimant qu'il donnait une impression de déjà vu. En anglais, les participants ont

généralement aimé les couleurs rouge et bleu plus prononcées de l'objectif, indiquant que cela évoquait un sentiment de sécurité ou d'urgence, et que cela créait un contraste agréable avec l'arrière-plan noir et gris.

« Personnellement, le bleu et le rouge [de l'objectif] me rappellent la police. Cela donne l'impression de se trouver du côté de la sécurité; c'est l'idée qui me vient immédiatement à l'esprit. Pour cette diapositive PowerPoint en particulier, le fait que l'édifice montre un autre aspect, avec l'antenne radio sur les satellites, évoque assurément l'idée de la technologie. » – Professionnel en milieu de carrière, Ontario

Au Québec, les participants ont aimé les couleurs sombres de la version française et le sentiment de mystère et d'intrigue qui était véhiculé. Les participants ont retenu un message axé sur l'espace, la technologie, l'ingénierie et la sécurité, en raison de l'icône ressemblant à une serrure.

« Je ne sais pas à quoi m'attendre, mais je suis curieux de savoir ce qui se cache derrière cet objectif, d'aller plus loin. » – Professionnel en milieu de carrière, Québec

Il convient de noter que certains participants du Québec ont trouvé ce concept incomplet. L'impression de boîte dans une boîte créée par l'objectif et les traits horizontaux sur la page couverture et la publication sur les réseaux sociaux ne semblait pas délibérée, relevant davantage du copier-coller.

La photo du siège social du CST a été relevée plus souvent en Ontario qu'au Québec, et certains participants ont noté ce qu'ils ont interprété comme des satellites sur le côté de l'édifice. Pour ceux qui les ont remarqués, cela démontrait la nature du travail réalisé au CST.

### **Concept C**

Dans l'ensemble, le concept C n'a dépassé que légèrement le concept B dans les préférences; il a toutefois obtenu de bien meilleurs résultats en Ontario qu'au Québec. Cela dit, il n'a surpassé le concept D dans aucune des deux provinces. Plusieurs ont qualifié le concept C de générique, ne le trouvant ni moderne ni professionnel. Et même si certains ont estimé que cela cadrait avec ce à quoi ils s'attendaient d'un concept du gouvernement du Canada, d'autres ont eu des réactions plus positives.

« Si on me disait qu'il s'agit d'une présentation du gouvernement canadien, je me dirais que c'est beaucoup plus stylé que ce qui est fait normalement. » – Professionnel en milieu de carrière, Ontario

Le dessin d'objectif a été jugé intéressant et véhiculait l'idée d'espace, mais aussi d'innovation, de technologie et de sécurité pour certains. Quelques participants parmi les professionnels en milieu de carrière ont trouvé que le positionnement du logo du CST dans le cercle orange au centre de l'objectif évoquait la surveillance ou *Big Brother*, donnant l'impression que le CST est toujours à l'écoute, ce qu'ils ont jugé troublant et dérangeant. Les étudiants, cependant, ont aimé l'utilisation de la couleur et ont trouvé le concept accrocheur et dynamique.

« Cela me rend mal à l'aise. C'est comme dans les films, l'œil qui surveille tout le monde, comme si nous étions suivis. » – Professionnel en milieu de carrière, Québec

Pour ce concept, l'image ayant suscité les réactions les plus négatives était celle de la publication pour les réseaux sociaux. Presque tous les participants ont convenu que la photo semblait provenir d'une banque d'images et qu'elle ne disait rien au sujet du CST. En fait, la photo d'une femme souriant, un stylo à la main, était à l'opposé de ce à quoi les gens s'attendaient d'un organisme qui s'occupe de cybersécurité.

La photo du siège social du CST n'a pas été entièrement comprise par les participants. Certains ont cru qu'il s'agissait d'un immeuble de bureaux générique, alors que d'autres ne savaient pas trop ce que cela représentait. Une personne était déroutée, croyant qu'il s'agissait d'un vaisseau spatial. Les personnes représentées dans la photo étaient plus proches de l'avant-plan que dans les autres concepts, et certains participants ont trouvé que cela évoquait la diversité des personnes qu'ils pourraient rencontrer au CST. Quelques professionnels en milieu de carrière ont fait remarquer que toutes les personnes représentées semblaient appartenir au même groupe d'âge, soit plus jeunes qu'eux.

« J'ai remarqué sur le premier écran, la première présentation, qu'il y avait un peu de diversité ethnique. Sur le plan démographique, les personnes semblaient toutes être dans la trentaine. Je ne sais pas s'il s'agit du groupe ciblé ou non. » – Professionnel sinophone en milieu de carrière, Ontario

## Concept B

Dans l'ensemble, le concept B s'est classé au quatrième rang de tous les concepts évalués. Toutefois, contrairement au concept C, il a été évalué de façon beaucoup plus favorable au

Québec qu'en Ontario, et il a plu davantage aux étudiants qu'aux professionnels en milieu de carrière. Cela dit, il n'a surpassé le concept D dans aucune des deux provinces.

La principale critique formulée à l'égard du concept B était la même que celle concernant le concept C : le style était générique, ne semblant ni moderne ni professionnel. Les participants ont trouvé que le concept B était encombré et dispersé, dépourvu d'un thème central, et ne l'ont trouvé ni accrocheur ni mémorable. Ce concept n'a pas semblé véhiculer l'idée de technologie ou de sécurité, mais plutôt d'administration, de ressources humaines et de consultation. Dans cette optique, les participants étaient d'avis que la publication sur les réseaux sociaux annonçant un poste administratif pourrait être appropriée, mais elle ne susciterait pas leur intérêt.

« Le style est très chargé. Il n'est pas minimaliste. Il est difficile de savoir où regarder. Le concept s'éloigne de la technologie pour se rapprocher de l'administration. » – Professionnel en milieu de carrière, Québec

Les participants ont toutefois aimé l'utilisation de la couleur. Ce concept était le plus coloré et le plus lumineux des quatre, ce qui a semblé plaire aux étudiants.

« Ce concept est différent des autres. Il n'est pas fait à partir d'un modèle. Il est plus coloré, ce qui attire l'attention. » – Étudiant, Québec

En ce qui concerne l'imagerie, la photo des trois personnes travaillant ensemble sur un projet évoquait la collaboration, ce qui a bien été reçu. Cela a donné une impression positive du genre de culture que l'on retrouvait au CST, surtout chez les étudiants. Toutefois, les photographies utilisées semblaient provenir de banques d'images, ce qui n'a pas été jugé souhaitable. Par exemple, la photo rognée du siège social du CST semblait aussi provenir d'une banque d'images et, parce qu'elle représentait des personnes (décrites comme de jeunes adultes par les participants) circulant devant l'édifice, elle ne transmettait pas le sentiment d'urgence qui devrait être associé à la cybersécurité.

Enfin, les participants ont été déroutés par la flèche orange et le cercle vers lequel elle pointe; ils ont eu du mal à trouver le sens de cet élément conceptuel.

« Il est très difficile pour ce concept de transmettre de l'information, parce que mes yeux sont attirés par l'endroit où pointe la flèche. Mais les flèches ne pointent vers rien du tout. Elles pointent soit vers un cercle vide ou vers la bordure de l'affiche, ce qui ne m'indique pas vraiment ce que je dois faire ensuite. Il n'y a aucun appel à l'action, tout cela ne semble mener nulle part. »  
– Étudiant sinophone, Ontario

## Concept en chinois

Dans les groupes de participants maîtrisant le chinois à l'oral et à l'écrit, un autre concept a été montré après la discussion sur les quatre concepts de recrutement :



Les réactions à ce concept variaient, allant de neutres à positives, mais elles étaient particulièrement favorables chez les étudiants. Ceux qui l'ont aimé l'ont décrit comme étant lumineux, coloré, accrocheur et dynamique. La flèche semblait aussi plus percutante que celle du concept B, car elle attirait l'attention des gens sur le centre de l'annonce ou sur un point d'intérêt.

« Je ne raffole pas du style. Mais le point d'intérêt donne une impression de dynamisme, laissant entendre qu'il y a autre chose à explorer. C'est modérément intéressant. » – Professionnel sinophone en milieu de carrière, Ontario

Les étudiants ont beaucoup aimé que cette publicité leur semble destinée. Ils se sont sentis fiers et reconnaissants que le Canada accorde suffisamment d'importance à leur contribution pour s'adresser à eux précisément. Une personne l'a décrite comme étant accueillante. L'une des critiques constructives formulées laissait entendre que la photo semblait être un portrait générique tirée d'une banque d'images, ce qui donnait l'impression d'un effort purement symbolique.

« Je crois que cela s'adresse beaucoup plus aux personnes chinoises. Donc, si vous parlez anglais depuis peu, cela pourrait grandement vous intéresser, parce que cela semble très accueillant. En voyant une fille chinoise, vous vous sentez chez vous. » – Étudiant sinophone, Ontario

Les professionnels en milieu de carrière ne se sont pas aussi facilement reconnus dans cette publicité (par exemple, dans la photo d'une jeune femme asiatique), et quelques-uns se sont sentis visés d'une façon les rendant mal à l'aise. Un membre de ce groupe a expliqué que la publicité serait appropriée si elle était diffusée dans des médias chinois (c'est-à-dire la radio, la

télévision et les publications en chinois), mais qu'il se sentirait gêné ou mal à l'aise si elle était diffusée dans les médias grand public. Les participants ont estimé que cette annonce conviendrait à des chaînes précises, comme Sing Tao, Ming Pao, les stations radio chinoises ou [www.51.ca](http://www.51.ca).

Chez les professionnels en milieu de carrière, les opinions étaient partagées quant à savoir si les deux traductions en chinois devraient être affichées dans la publicité. Certains étaient d'avis que l'omission de l'une des traductions serait perçue comme de l'insensibilité culturelle. D'autres ont estimé que la présence des deux traductions surchargerait le concept, et donc que la traduction en chinois simplifié serait suffisante. Quelques participants ont indiqué que le chinois traditionnel devrait être privilégié au chinois simplifié.

« C'est en chinois simplifié. J'ignore donc si la publicité vise les personnes provenant, par exemple, de la Chine continentale, ou bien d'un autre pays qui utilise le chinois simplifié. Si c'était de moi, j'utiliserais les deux, mais cela semble redondant. » – Professionnel sinophone en milieu de carrière, Ontario

Certains participants ont noté le fait que le site Web était bien en vue, ce qui compensait, du moins en partie, le manque d'information. Cela dit, ils étaient d'avis que sans avoir vu les autres concepts, ils se questionneraient sur l'appel à l'action.

## Réactions aux slogans

En plus des quatre concepts, les séances de discussion se sont penchées sur les réactions au slogan proposé et à certaines variantes, présentées ci-dessous.

### **Le slogan proposé**

Faites partie d'une mission qui compte.

### **Autre version**

Une mission qui compte.

Dans l'ensemble, le slogan proposé, *Faites partie d'une mission qui compte*, a suscité des réactions allant de tièdes à positives. Certains participants ne l'ont pas trouvé très inspirant et l'ont décrit comme étant générique, une phrase pouvant être utilisée par n'importe quelle organisation. Certains ont aimé son caractère inclusif et le fait qu'il s'adressait directement à eux. Les étudiants ont particulièrement trouvé que ce slogan leur donnait l'impression qu'ils seraient importants au sein du CST.

« Le slogan est très vague. En quoi cette mission consiste-t-elle, exactement? » – Professionnel sinophone en milieu de carrière, Ontario

« J'aime ce que cela évoque. Cela me donne l'impression que je ferais partie de quelque chose qui pourrait changer les choses. » – Étudiant, Québec

Les réactions à l'autre version, *Une mission qui compte*, étaient tout aussi neutre, quoique légèrement plus négatives en raison de l'absence du lien personnel évoqué par « Faites partie ».

« Le slogan "Une mission qui compte" indique qu'ils pourraient facilement se passer de vous. » – Étudiant, Ontario

« Lorsqu'une personne parle de mener à bien une mission sans dire de quoi il s'agit, elle semble ne pas savoir en quoi consiste cette mission. Je crois que l'appel à l'action serait plus efficace s'il indiquait ce qu'est la mission; les gens pourraient ainsi se reconnaître véritablement dans cette vision. » – Étudiant sinophone, Ontario

Les participants s'entendaient tous pour dire que ces slogans étaient utilisés par toutes les organisations pour décrire ce qu'elles font.

En plus des slogans présentés ci-dessus, d'autres slogans ont été montrés aux participants sinophones en français, en chinois traditionnel et en chinois simplifié :

*Le CST : bâtisseur d'avenir*

Traduction en chinois simplifié : CSE 与你共建未来

Traduction en chinois traditionnel : CSE 與你共建未来

*La sécurité d'emploi t'attend au CST*

Traduction en chinois simplifié : CSE能为你提供稳定的工作和收入

Traduction en chinois traditionnel : CSE能為你提供穩定的工作和收入

*Ta carrière s'amorce au CST*

Traduction en chinois simplifié : CSE期盼着你来开创自己的职业生涯

Traduction en chinois traditionnel : CSE期盼著你來開創自己的職業生涯

Aucun de ces slogans n'a suscité des réactions extrêmement positives. Certains participants ont jugé qu'ils étaient très ciblés, surtout à l'endroit des jeunes adultes ou des nouveaux diplômés.

Parmi les slogans testés, les gens ont préféré *Ton avenir se dessine au CST* (provenant du concept en chinois), ou *Le CST : bâtisseur d'avenir*. Les deux ont été considérés comme inspirants et orientés vers l'avenir.

Le slogan *La sécurité d'emploi t'attend au CST* était le moins inspirant et a semblé le moins compatible avec la description de leur carrière idéale.

« Vous ne voulez pas attirer les gens à cause de la sécurité d'emploi. Vais-je travailler avec des gens qui se soucient seulement de la sécurité d'emploi? » – Professionnel sinophone en milieu de carrière, Ontario

« À mon avis, les slogans “Ton avenir se dessine au CST” et “Le CST : bâtisseur d'avenir” seraient les plus appropriés, parce qu'on se sent davantage interpellé sur le plan personnel. Je crois que la sécurité d'emploi et le fait d'amorcer sa carrière sont moins personnels; les gens recherchent moins ces aspects, surtout la sécurité d'emploi. » – Étudiant sinophone, Ontario

Les traductions ont été jugées un peu trop verbeuses et malhabiles, surtout celles pour le slogan *Ta carrière s'amorce au CST*. En effet, les traductions signifiaient : « *Le CST a hâte que vous amorciez votre carrière ici* ». Un participant a supposé que les traductions provenaient de Google Translate.

« J'ai l'impression que les traductions en chinois sont un peu longues; il serait possible d'enlever des mots. Alors que les versions en anglais sont très courtes. – Étudiant sinophone, Ontario

En outre, bien que le choix de la traduction en chinois à utiliser n'ait pas fait consensus, certains participants étaient d'avis que l'utilisation des deux traductions pourrait rendre les concepts encore plus chargés et distrayants qu'ils ne l'étaient déjà.

« Cela augmente la complexité de la publicité. Elle est plus inclusive, mais sa complexité est accentuée. » – Professionnel sinophone en milieu de carrière, Ontario

## Réactions aux messages

D'autres messages ont été présentés aux participants pour évaluer les réactions. Pour gagner du temps, les cinq messages ont été présentés en même temps, de sorte que les participants n'ont pas tous réagi à chaque message individuel. Les messages évalués étaient les suivants :

### Messages évalués

Vous jouerez un rôle dans la défense du Canada.  
L'ennui ne fera pas partie de votre horaire.  
Vous ferez partie d'une équipe.  
Vous saurez que vos efforts comptent.  
Le CST. Faites partie d'une mission qui compte.

Le message *Vous jouerez un rôle dans la défense du Canada* a été généralement bien reçu. Pour certains, il était inspirant et véhiculait un sentiment de fierté, semblant lié à leur désir d'avoir une profession stimulante, significative et gratifiante. Pour d'autres, ce message leur rappelait l'armée, ce qui n'a pas toujours été accueilli de façon favorable.

Les autres messages, *L'ennui ne fera pas partie de votre horaire*, *Vous ferez partie d'une équipe* et *Vous saurez que vos efforts comptent*, ont été qualifiés de plutôt génériques et applicables à n'importe quelle profession.

Ceux qui ont réagi favorablement au slogan utilisé dans le concept ont aussi aimé le message *Le CST. Faites partie d'une mission qui compte*.

## Conclusions

Dans la mesure où la recherche avait comme principal objectif d'évaluer les réactions aux quatre concepts, les résultats obtenus indiquent qu'aucun des concepts ou des messages évalués n'a été jugé inapproprié ou malavisé pour le gouvernement du Canada ou n'a été perçu comme de l'insensibilité culturelle.

Les quatre concepts ont suscité des réactions allant de neutres à généralement favorables. Aucun des concepts n'a semblé véhiculer un appel à l'action fort ou n'a été particulièrement mémorable. Tous ont donné envie aux participants d'en savoir plus sur le CST, mais peu de gens ont semblé motivés à chercher de plus amples renseignements.

Le concept A a été préféré par les deux groupes cibles, bien que les professionnels en milieu de carrière aient presque autant aimé le concept D. Dans tous les groupes, le concept D a obtenu la deuxième place. Les concepts B et C ont été préférés par moins de participants; cependant, ceux qui les ont choisis ont aimé qu'ils soient plus colorés.

Le concept D a semblé communiquer efficacement un sentiment de mystère et l'idée de technologie, mais les participants n'ont pas tous aimé les photos utilisées ou l'exécution du concept (surtout dans la version montrée au Québec).

Les concepts B et C ont été jugés ennuyeux et comparés à des solutions toutes faites, n'étant ni modernes ni avant-gardistes. Les concepts ont renforcé certaines perceptions négatives à l'égard du gouvernement du Canada comme employeur, donnant surtout l'impression de carrières ennuyeuses, bureaucratiques et pas du tout stimulantes.

Les slogans proposés ont obtenu des réactions assez similaires, en ce sens qu'ils n'étaient ni inspirants ni offensants. La plupart des participants les ont simplement décrits comme quelque chose que n'importe quelle organisation pourrait dire. Ils ont semblé légèrement mieux reçus en chinois, mais les participants ont jugé les traductions légèrement verbeuses et malhabiles, indiquant que le sens n'était pas tout à fait le même qu'en français. En outre, bien que certaines personnes aient été d'avis qu'il serait plus approprié sur le plan culturel d'afficher les traductions en chinois traditionnel et en chinois simplifié, d'autres ont estimé que la présence des deux traductions rendrait la publicité trop chargée, indiquant que le chinois simplifié serait suffisant.

Alors que quelques participants ont eu l'impression qu'une carrière au CST pourrait être différente des autres emplois dans la fonction publique en raison du mandat de l'organisme, la plupart n'ont pas été en mesure de distinguer le CST du gouvernement du Canada relativement à l'expérience qui serait offerte aux employés.

Cela dit, certains participants sinophones ont ressenti « quelque chose » lorsqu'ils ont vu la publicité ciblant les personnes asiatiques, surtout les étudiants; ils étaient toutefois d'avis qu'il serait plus approprié de diffuser cette publicité dans les médias chinois, et non dans les médias grand public.

## Annexe A – Rapport de méthodologie des séances de discussion en groupe

### Méthodologie

Les résultats présentés ci-dessous sont basés sur une série de six séances de discussion en ligne menées le 16 février 2022. L'étude a ciblé deux marchés, avec quatre séances menées (en anglais) auprès de citoyens canadiens résidant dans la région du Grand Toronto, du sud de l'Ontario et de l'est de l'Ontario et quatre séances menées (en français) auprès de citoyens canadiens vivant à Montréal et dans l'ouest du Québec. Trois des groupes étaient composés d'étudiants dans les STIM et trois, de professionnels en milieu de carrière. Les étudiants étaient définis comme des personnes âgées de 18 à 29 ans qui sont inscrites à un programme universitaire dans les STIM, qui ont récemment obtenu leur diplôme d'un programme de STIM (au cours des deux dernières années) ou qui travaillent dans le domaine de la cybersécurité, de la sécurité des réseaux ou des renseignements. Les professionnels en milieu de carrière étaient définis comme des personnes âgées de 30 à 45 ans qui travaillent pour le gouvernement (fédéral, provincial ou municipal), dans un domaine des STIM ou encore dans les domaines de la cybersécurité, de la sécurité des réseaux ou des renseignements. Deux des séances, une pour chaque groupe cible, ont été menées auprès de personnes qui maîtrisent le chinois à l'oral et à l'écrit.

Le tableau ci-dessous indique la composition et le nombre de participants de chaque groupe ainsi que la date et l'heure de chaque séance.

Séance	Groupe cible	Région/langue	Heure	Nombre de participants
Mercredi 16 février 2022				
1	Étudiants âgés de 18 à 29 ans	RGT/Sud et Est de l'Ontario (anglais)	14 h HNE	9
2	Étudiants âgés de 18 à 29 ans	Montréal/Ouest du Québec (français)	14 h HNE	10
3	Étudiants chinois âgés de 18 à 29 ans	RGT/Sud et Est de l'Ontario (anglais)	16 h HNE	10
4	Professionnels en milieu de carrière chinois âgés de 30 à 45 ans	RGT/Sud et Est de l'Ontario (anglais)	16 h HNE	9
5	Professionnels en milieu de carrière âgés de 30 à 45 ans	RGT/Sud et Est de l'Ontario (anglais)	18 h HNE	10
6	Professionnels en milieu de carrière âgés de 30 à 45 ans	Montréal/Ouest du Québec (français)	18 h HNE	9

## Recrutement

Les participants ont été recrutés au moyen d'un questionnaire de sélection (accessible à l'annexe B). Pour chaque groupe, 10 participants ont été recrutés de façon à assurer la présence de 8 à 10 personnes.

Pour cette recherche, Decision Point a fait appel à sa base de données exclusive de participants à des études qualitatives. Les membres du panel à participation volontaire de Decision Point sont recrutés par divers moyens, y compris les inscriptions en personne ou par interception de personnes ayant répondu à des sondages sur place, les recommandations d'autres membres ou d'organisations par l'intermédiaire d'un système de récompenses complet, les inscriptions sur place lors d'événements et la publicité en ligne à l'aide de sites Web interactifs.

Decision Point a d'abord communiqué avec les membres de sa base de données par courriel, puis a réalisé un suivi par téléphone afin d'effectuer une présélection des participants. Cette approche est celle la plus souvent utilisée. Un recrutement téléphonique a ensuite eu lieu afin de compléter les groupes dans chaque marché.

## Animation

Deux animateurs ont dirigé les séances de discussion. Ensemble, nous avons discuté des constatations et analysé les résultats présentés dans le présent rapport.

## Remarque sur l'interprétation des résultats de la recherche qualitative

Il est important de noter qu'une recherche qualitative consiste en une forme de recherche scientifique, sociale, sur les politiques et sur l'opinion publique. La recherche par groupes de discussion n'a pas pour but d'aider un groupe à atteindre un consensus ou à prendre une décision, mais vise plutôt à recueillir un éventail d'idées, de réactions, d'expériences et de points de vue auprès d'un échantillon choisi de participants s'exprimant sur un sujet donné. Il est à noter qu'en raison de leur faible nombre les participants ne peuvent être considérés comme étant statistiquement parfaitement représentatifs de l'ensemble de la population dont ils sont un échantillon. Les résultats obtenus ne peuvent donc pas être généralisés au-delà de ces échantillons.

## Glossaire des termes

Ci-dessous se trouve un glossaire expliquant les généralisations et les interprétations des termes qualitatifs utilisés tout au long du rapport. Ces expressions sont utilisées lorsque des groupes de participants partagent un point de vue précis et que des thèmes se répètent. À moins d'indication contraire, il ne faut pas en conclure que le reste des participants n'était pas d'accord. Ils pourraient s'être abstenus de tout commentaire ou n'avaient pas d'opinion arrêtée sur la question.

Généralisation	Interprétation
Peu	<i>Peu</i> est utilisé lorsque moins de 10 % des participants ont fourni des réponses semblables.
Plusieurs	<i>Plusieurs</i> est utilisé lorsque moins de 20 % des participants ont fourni des réponses semblables.
Certains	<i>Certains</i> est utilisé lorsque plus de 20 % mais nettement moins de 50 % des participants ont fourni des réponses semblables.
Beaucoup	<i>Beaucoup</i> est utilisé lorsque près de 50 % des participants ont fourni des réponses semblables.
Majorité/majorité relative	<i>Majorité</i> ou <i>majorité relative</i> est utilisé lorsque plus de 50 % mais moins de 75 % des participants ont fourni des réponses semblables.
La plupart	<i>La plupart</i> est utilisée lorsque plus de 75 % des participants ont fourni des réponses semblables.
Grande majorité	<i>Grande majorité</i> est utilisé lorsque presque tous les participants ont fourni des réponses semblables, mais que plusieurs avaient des points de vue différents.
Unanime/presque tous	<i>Unanimes</i> ou <i>presque tous</i> est utilisé lorsque tous les participants ont fourni des réponses semblables ou lorsque la grande majorité des participants ont fourni des réponses semblables et que les quelques autres ont refusé de formuler des commentaires sur le sujet.

## Annexe B – Questionnaire de recrutement

### Résumé de la séance de discussion en groupe

- Les séances de discussion durent 90 minutes et ont lieu en ligne.
- Recrutez 10 répondants pour assurer la présence de 8 à 10 personnes.
- L'étude ciblera 2 marchés; 4 groupes (en anglais) seront formés de citoyens canadiens vivant dans la région du Grand Toronto, du Sud de l'Ontario et de l'Est de l'Ontario et 2 groupes (en français), de citoyens canadiens vivant à Montréal et dans l'Ouest du Québec.
- En plus des exigences énoncées ci-dessus, les groupes réuniront également des personnes en fonction des catégories suivantes :
  - **Étudiants** : Pour chaque marché, nous formerons un groupe de jeunes âgés de 18 à 29 ans qui sont soit des étudiants universitaires inscrits à un programme dans les domaines des sciences, de la technologie, de l'ingénierie et des mathématiques (STIM), soit des diplômés récents d'un programme de STIM (2 dernières années), ou des travailleurs employés par des services de sécurité Internet ou des réseaux, ou de renseignements;
  - **Professionnels en milieu de carrière** : Pour chaque marché, nous formerons un groupe de professionnels en milieu de carrière âgés de 30 à 45 ans qui travaillent pour le gouvernement (fédéral, provincial ou municipal), dans les domaines des STIM ou au sein de services de sécurité Internet ou des réseaux, ou de renseignements;
  - **Étudiants chinois** : Pour le marché de la Région du Grand Toronto (RGT)/du Sud de l'Ontario/de l'Est de l'Ontario, nous formerons un groupe composé de jeunes âgés de 18 à 29 ans qui sont soit des étudiants universitaires inscrits à un programme de STIM, soit des diplômés récents d'un tel programme (3 dernières années), ou encore des travailleurs employés par des services de sécurité Internet ou des réseaux, ou de renseignements qui maîtrisent aussi le chinois à l'oral et l'écrit;
  - **Professionnels chinois en milieu de carrière** : Pour le marché de la RGT/du Sud de l'Ontario/de l'Est de l'Ontario, nous formerons un autre groupe composé de professionnels en milieu de carrière âgés de 30 à 45 ans qui travaillent pour le gouvernement (fédéral, provincial ou municipal), dans les domaines des STIM ou au sein de services de sécurité Internet ou des réseaux, ou de renseignements, qui maîtrisent aussi le chinois à l'oral et l'écrit.
- Une diversité d'autres caractéristiques (p. ex., genre ou revenu) est souhaitable, mais pas obligatoire.

N° de groupe	Population	Région/langue/genre	Heure
Mercredi 16 février 2022			
1	Étudiants âgés de 18 à 29 ans	RGT/Sud et Est de l'Ontario (EN)	14 h HNE
2	Étudiants âgés de 18 à 29 ans	Montréal/Ouest du Québec (FR)	14 h HNE
3	Étudiants chinois âgés de 18 à 29 ans	RGT/Sud et Est de l'Ontario (EN)	16 h HNE

4	Professionnels en milieu de carrière chinois âgés de 30 à 45 ans	RGT/Sud et Est de l'Ontario (EN)	16 h HNE
5	Professionnels en milieu de carrière âgés de 30 à 45 ans	RGT/Sud et Est de l'Ontario (EN)	18 h HNE
6	Professionnels en milieu de carrière âgés de 30 à 45 ans	Montréal/Ouest du Québec (FR)	18 h HNE

Bonjour/Hello, mon nom est \_\_\_\_ et je vous appelle de la part d'Earnscliffe, une firme nationale de recherche sur l'opinion publique. Nous organisons des groupes de discussion pour le compte du gouvernement du Canada au sujet d'enjeux d'importance. Nous recherchons des personnes prêtes à prendre part à une séance de discussion en ligne de 90 minutes. Nous cherchons à recruter jusqu'à 10 participants, auxquels nous remettrons une somme de [INSÉREZ LE MONTANT] pour les remercier de leur temps. Puis-je poursuivre?

Oui [CONTINUEZ]  
Non [REMERCIEZ ET TERMINEZ]

Ta participation est volontaire. Nous désirons connaître votre opinion. Nous ne tenterons pas de vous vendre quoi que ce soit ou de vous faire changer d'avis. La discussion se déroulera sous forme de table ronde et sera animée par un professionnel de la recherche. Tous les commentaires émis demeureront anonymes et seront regroupés avec ceux des autres participants afin de nous assurer qu'ils ne sont pas associés à une personne en particulier. J'aimerais vous poser quelques questions afin de déterminer si vous ou un membre de votre ménage répondez aux critères de notre recherche. Cela prendra environ 3 minutes. Puis-je poursuivre?

Oui [CONTINUEZ]  
Non [REMERCIEZ ET TERMINEZ]

**Texte relatif à la surveillance des appels :**

LISEZ À TOUS : « Cet appel peut être écouté ou enregistré à des fins d'évaluation ou de contrôle de la qualité. »

CLARIFICATIONS SUPPLÉMENTAIRES AU BESOIN :

Pour s'assurer que je (l'intervieweur) lis les questions correctement et que je recueille vos réponses avec précision;

Pour évaluer mon rendement (le rendement de l'intervieweur);

Pour vérifier que le questionnaire est exact/correct (c.-à-d. évaluation de la programmation et de la méthodologie de l'ITAO – pour s'assurer que nous posons les bonnes questions pour répondre aux exigences de nos clients en matière de recherche – comme un prétest);

Si l'appel est enregistré, l'enregistrement sert uniquement à évaluer le travail de l'intervieweur et est écouté immédiatement après la fin de l'entrevue. S'ils étaient absents au moment de l'entrevue, le client et le gestionnaire de projet pourraient également écouter l'enregistrement. Tous les enregistrements sont détruits après l'évaluation.

1. Est-ce que vous-même ou un membre de votre famille immédiate ou de votre ménage travaillez...?

Catégorie	Oui	Non
Pour une firme de recherche marketing	1	2
Pour un magazine ou un journal en ligne ou imprimé	1	2
Pour une chaîne de radio ou de télévision	1	2
Pour une agence de relations publiques	1	2
Pour une agence de publicité ou de graphisme	1	2
Pour un média en ligne ou comme auteur(e) d'un blogue	1	2

**[SI OUI À L'UNE DES AUTRES OPTIONS CI-DESSUS, REMERCIEZ ET TERMINEZ]**

2. Diriez-vous que vous êtes...?

De sexe masculin 1  
 De sexe féminin 2  
 D'une autre identité de genre 3

3. Auquel des groupes d'âge suivants appartenez-vous? Avez-vous...?

Moins de 18 ans 1 [REMERCIEZ ET TERMINEZ]  
 De 18 à 24 ans 2  
 De 25 à 29 ans 3 [CONTINUEZ POUR GROUPES 3, 4 ou 5]  
 De 30 à 35 ans 4  
 De 36 à 45 ans 5 [CONTINUEZ POUR GROUPES 1, 2 ou 6]  
 De 46 à 55 ans 6  
 De 56 à 65 ans 7 [REMERCIEZ ET TERMINEZ]  
 66 ans et plus 8

**RECRUTEZ UN MÉLANGE DE RÉPONDANTS ISSUS DES GROUPES D'ÂGE SUIVANTS (18 À 29 ANS ET 30 À 45 ANS).**

4. Veuillez confirmer que vous vivez dans une des régions suivantes :

Toronto ou région du  
 Grand Toronto (RGT) 1  
 Sud de l'Ontario 2 [CONTINUEZ POUR GROUPES 1, 3, 5 ou 6]  
 Est de l'Ontario 3  
 Montréal ou région métropolitaine  
 de Montréal 4  
 Ouest du Québec 5 [CONTINUEZ POUR GROUPES 2 OU 4]  
 Aucune de ces réponses 9 [REMERCIEZ ET TERMINEZ]

5. Êtes-vous un citoyen canadien?

Oui 1  
 Non 2 [REMERCIEZ ET TERMINEZ]

## 6. Quelle est votre situation d'emploi à l'heure actuelle?

Travailleur (se) à temps plein	1	
Travailleur (se) à temps partiel	2	
Travailleur (se) autonome	3	
Retraité(e)	4	
Sans emploi	5	
Étudiant(e)	6	
Autre	7	
Je ne saurais dire/je préfère ne pas répondre	9	[REMERCIEZ ET TERMINEZ]

## 7. Avez-vous obtenu un diplôme universitaire dans le domaine des sciences, de la technologie, de l'ingénierie ou des mathématiques?

Oui, au cours des 2 dernières années	1	
Oui, mais pas au cours des 2 dernières années	2	SI ÉTUDIANT(E), PASSEZ À Q8
Non	3	SI ÉTUDIANT(E), PASSEZ À Q8

## 8. [SI ÉTUDIANT(E)] Êtes-vous actuellement inscrit(e) à un programme dans les domaines des sciences, de la technologie, de l'ingénierie ou des mathématiques?

Oui	1
Non	2

## 9. [SI Q6 = TRAVAILLEUR (SE) À TEMPS PLEIN OU AUTONOME] Travaillez-vous dans l'un des domaines ou pour l'un des types d'entreprises suivants? [VEUILLEZ SÉLECTIONNER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT.]

Gouvernement fédéral	1	
Gouvernement provincial	2	
Gouvernement municipal	3	
Sécurité Internet ou des réseaux	4	
Renseignements	5	
Sciences, technologies, ingénierie ou mathématiques	6	
Aucune de ces réponses	8	[REMERCIEZ ET TERMINEZ]
Je ne saurais dire/je préfère ne pas répondre	9	[REMERCIEZ ET TERMINEZ]

**POUR ÊTRE ADMIS AU SEIN DES GROUPES 1, 2 OU 6, TOUS LES RÉPONDANTS DOIVENT ÊTRE ÂGÉS DE 30 À 45 ANS ET TRAVAILLER DANS AU MOINS UN DES DOMAINES ÉNONCÉS À Q9.**

**POUR ÊTRE ADMIS AU SEIN DES GROUPES 3, 4 OU 5, TOUS LES RÉPONDANTS DOIVENT ÊTRE ÂGÉS DE 18 À 29 ANS ET AVOIR RÉCEMMENT OBTENU LEUR DIPLÔME OU ÊTRE INSCRITS À UN PROGRAMME DE STIM, ET AVOIR CHOISI LES RÉPONSES 4 OU 5 À Q9.**

## 10. Quelle est votre origine ethnique?

Blanche	1	
Chinoise	2	[POSEZ LA Q11]
Asiatique du Sud (p. ex., indienne, pakistanaise, etc.)	3	
Noire	4	
Philippine	5	
Latino-américaine	6	
Asiatique du Sud-Est (p. ex., vietnamienne, etc.)	7	
Arabe	8	
Asiatique de l'Ouest (p. ex., iranienne, afghane, etc.)	9	
Coréenne	10	
Japonaise	11	
Autre (veuillez préciser)	12	
Je ne saurais dire/je refuse de répondre	13	

11. [SI RÉPONDANT EST D'ORIGINE CHINOISE] En fonction de votre niveau de maîtrise de la langue, une partie de la discussion peut concerner des documents et des messages imprimés en chinois. Maîtrisez-vous le chinois à l'oral et à l'écrit? Nous entendons par là que vous comprenez pleinement le cantonnais ou le mandarin, que vous le parlez comme les locuteurs natifs instruits ET que vous pouvez lire et bien comprendre le chinois écrit simplifié ou traditionnel.

Oui	1
Non	2

**POUR ÊTRE ADMIS AU SEIN DU GROUPE 5, TOUS LES RÉPONDANTS DOIVENT ÊTRE ÂGÉS DE 18 À 29 ANS ET AVOIR RÉCEMMENT OBTENU LEUR DIPLÔME OU ÊTRE INSCRITS À UN PROGRAMME DE STIM, ET AVOIR CHOISI LES RÉPONSES 4 OU 5 À LA Q9 ET OUI À Q10.**

**POUR ÊTRE ADMIS AU SEIN DU GROUPE 6, TOUS LES RÉPONDANTS DOIVENT ÊTRE ÂGÉS DE 30 À 45 ANS, TRAVAILLER DANS AU MOINS UN DES DOMAINES ÉNONCÉS À LA Q9 ET AVOIR RÉPONDU OUI À Q10.**

12. Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux le revenu total de votre ménage, c'est-à-dire le total des revenus avant impôt de toutes les personnes habitant sous votre toit?  
[LISEZ LA LISTE] VISEZ UNE BONNE DIVERSITÉ

Moins de 20 000 \$	1
De 20 000 \$ à moins de 40 000 \$	2
De 40 000 \$ à moins de 60 000 \$	3
De 60 000 \$ à moins de 80 000 \$	4
De 80 000 \$ à moins de 100 000 \$	5
De 100 000 \$ à moins de 150 000 \$	6
150 000 \$ ou plus	7
Je ne saurais dire/je refuse de répondre	9

Cette recherche nécessitera la participation à un appel vidéo en ligne.

13. Avez-vous accès à un ordinateur, un téléphone intelligent ou une tablette avec connexion Internet à haut débit qui vous permettra de participer à un groupe de discussion en ligne?

Oui [CONTINUEZ]  
Non [REMERCIEZ ET TERMINEZ]

14. Est-ce que votre ordinateur/téléphone intelligent/tablette possède une caméra qui vous permettra d'être visible pour l'animateur et les autres participants dans le cadre d'un groupe de discussion en ligne?

Oui [CONTINUEZ]  
Non [REMERCIEZ ET TERMINEZ]

15. Avez-vous une adresse électronique personnelle qui est actuellement active et à votre disposition?

Oui [CONTINUEZ ET NOTEZ LE COURRIEL]  
Non [REMERCIEZ ET TERMINEZ]

16. Avez-vous déjà participé à une séance de discussion en groupe? Ces séances réunissent des gens afin de connaître leur opinion sur un sujet donné.

Oui	1	[CONTINUEZ]
Non	2	[PASSEZ À Q18]
Je ne saurais dire/je préfère ne pas répondre	9	[REMERCIEZ ET TERMINEZ]

17. Il y a combien de temps de cela?

Si dans les 6 derniers mois	1	[REMERCIEZ ET TERMINEZ]
Si hors des 6 derniers mois	2	[CONTINUEZ]
Je ne saurais dire/je préfère ne pas répondre	9	[REMERCIEZ ET TERMINEZ]

18. À combien de séances de discussion en groupe avez-vous assisté au cours des 5 dernières années?

Si 4 ou moins	1	[CONTINUEZ]
Si 5 ou plus	2	[REMERCIEZ ET TERMINEZ]
Je ne saurais dire/je préfère ne pas répondre	9	[REMERCIEZ ET TERMINEZ]

19. Et quels étaient les principaux sujets traités lors de ces séances?

**S'ILS ÉTAIENT LIÉS À LA SÉCURITÉ, AUX RENSEIGNEMENTS SECRETS, À LA CYBERSÉCURITÉ, À LA TECHNOLOGIE OU AUX TESTS DE LA STRATÉGIE DE RECRUTEMENT OU DU MATÉRIEL, REMERCIEZ ET TERMINEZ.**

**INVITATION**

20. Au cours des groupes de discussion, on demande aux participants d'exprimer leurs opinions et leurs pensées. Dans quelle mesure êtes-vous à l'aise d'exprimer vos opinions devant d'autres personnes? Diriez-vous que vous êtes...? [LISEZ LA LISTE]

Très à l'aise	1	[MINIMUM 4 PAR GROUPE]
Plutôt à l'aise	2	[CONTINUEZ]
À l'aise	3	[CONTINUEZ]
Pas très à l'aise	4	[REMERCIEZ ET TERMINEZ]
Pas du tout à l'aise	5	[REMERCIEZ ET TERMINEZ]
Je ne saurais dire/je préfère ne pas répondre	9	[REMERCIEZ ET TERMINEZ]

21. Les participants doivent parfois lire du texte, examiner des images ou taper des réponses au cours de la discussion. Y a-t-il une raison qui vous empêcherait de participer?

Oui	1	[POSEZ S20]
Non	2	[PASSEZ À S22]
Je ne saurais dire/je préfère ne pas répondre	9	[REMERCIEZ ET TERMINEZ]

22. Y a-t-il quelque chose que nous pourrions faire pour que vous puissiez participer?

Oui	1	[POSEZ S21]
Non	2	[REMERCIEZ ET TERMINEZ]
Je ne saurais dire/je préfère ne pas répondre	9	[REMERCIEZ ET TERMINEZ]

23. Quoi en particulier? [QUESTION OUVERTE]

**[NOTEZ LA RÉPONSE POUR UNE ÉVENTUELLE ENTREVUE INDIVIDUELLE]**

24. D'après vos réponses, il semble que vous ayez le profil que nous recherchons. J'aimerais vous inviter à participer à une discussion en petit groupe, appelée groupe de discussion, que nous organisons à [HEURE], le [DATE].

Comme vous le savez peut-être, les séances de discussion en groupe servent à recueillir des renseignements sur un sujet particulier. Au total, 10 personnes participeront à cette discussion informelle.

Elle durera un maximum de 90 minutes et vous recevrez un montant de [INSÉREZ MONTANT] en guise de remerciement pour votre temps. Accepteriez-vous d'y participer?

Oui	1	[RECRUTEZ]
Non	2	[REMERCIEZ ET TERMINEZ]
Je ne saurais dire/je préfère ne pas répondre	9	[REMERCIEZ ET TERMINEZ]

## **QUESTIONS RELATIVES À LA CONFIDENTIALITÉ**

J'aurais maintenant quelques questions à vous poser à propos de la confidentialité, de vos renseignements personnels et du déroulement de la recherche. Nous devons obtenir votre permission par rapport à certains sujets pour pouvoir effectuer notre recherche. Lorsque je vous poserai ces questions, n'hésitez pas à me demander de les clarifier si vous en ressentez le besoin.

P1) Tout d'abord, nous fournirons une liste des prénoms et des profils (réponses au questionnaire de recrutement) des répondants à l'animateur, afin qu'il puisse vous inscrire. Acceptez-vous que nous lui transmettions ces renseignements? Je peux vous assurer que ceux-ci demeureront strictement confidentiels.

Oui	1	[PASSEZ À P2]
Non	2	[PASSEZ À P1A]

Nous devons donner le prénom et le profil des participants à l'animateur du groupe de discussion puisque seuls les gens qui sont invités à participer peuvent prendre part à la séance. L'animateur a besoin de ces renseignements à des fins de vérification. Soyez assuré que ces renseignements demeureront strictement confidentiels. [PASSEZ À P1A]

P1a) Maintenant que je vous ai expliqué cela, acceptez-vous que nous transmettions votre prénom et votre profil à l'animateur du groupe de discussion?

Oui	1	[PASSEZ À P2]
Non	2	[REMERCIEZ ET TERMINEZ]

P2) Il y aura un enregistrement de la séance; celui-ci servira à des fins de recherche. L'enregistrement sera uniquement utilisé par un professionnel de la recherche pour préparer le rapport sur les résultats de la recherche et pourrait être utilisé à des fins de rapports internes par le gouvernement du Canada ou l'agence de création avec laquelle il fait affaire.

Acceptez-vous qu'un enregistrement de la séance soit effectué uniquement à des fins de recherche et de compte rendu?

Oui	1	[REMERCIEZ ET PASSEZ À P3]
Non	2	[LISEZ L'INFORMATION CI-DESSOUS AU RÉPONDANT ET PASSEZ À P2A]

Nous devons faire un enregistrement de la séance puisque le professionnel de la recherche en a besoin pour rédiger son rapport.

P2a) Maintenant que je vous ai expliqué cela, acceptez-vous que nous enregistrions de la séance?

Oui 1 [REMERCIEZ ET PASSEZ À P3]  
Non 2 [REMERCIEZ ET TERMINEZ]

P3) Des employés du gouvernement du Canada et de l'agence de création avec laquelle il fait affaire pour élaborer sa campagne publicitaire pourraient également être en ligne pendant la séance à titre d'observateurs.

Acceptez-vous d'être observé par des employés du gouvernement du Canada ou d'une agence de création?

Oui 1 [REMERCIEZ ET PASSEZ À INVITATION]  
Non 2 [PASSEZ À P3A]

P3a) Il s'agit d'une procédure qualitative normalisée que d'inviter les clients, dans ce cas, des employés du gouvernement du Canada ou de l'agence de création avec laquelle il fait affaire, à observer les groupes en ligne. Ils seront là simplement pour entendre vos opinions sans intermédiaire. Cependant, ils pourraient prendre leurs propres notes ainsi que s'entretenir avec l'animateur pour lui faire part, s'il y a lieu, de toutes questions additionnelles à poser au groupe.

Acceptez-vous d'être observé par des employés du gouvernement du Canada ou d'une agence de création?

Oui 1 [REMERCIEZ ET PASSEZ À INVITATION]  
Non 2 [REMERCIEZ ET TERMINEZ]

## INVITATION :

Excellent, vous êtes admissible à participer à l'un de nos groupes de discussion. Comme je l'ai mentionné plus tôt, le groupe de discussion aura lieu le [DATE] à [HEURE] et durera un maximum de 90 minutes.

N° de groupe	Population	Région/langue/genre	Heure
Mercredi 16 février 2022			
1	Étudiants âgés de 18 à 29 ans	RGT/Sud et Est de l'Ontario (EN)	14 h HNE
2	Étudiants âgés de 18 à 29 ans	Montréal/Ouest du Québec (FR)	14 h HNE
3	Étudiants chinois âgés de 18 à 29 ans	RGT/Sud et Est de l'Ontario (EN)	16 h HNE
4	Professionnels en milieu de carrière chinois âgés de 30 à 45 ans	RGT/Sud et Est de l'Ontario (EN)	16 h HNE

5	Professionnels en milieu de carrière âgés de 30 à 45 ans	RGT/Sud et Est de l'Ontario (EN)	18 h HNE
6	Professionnels en milieu de carrière âgés de 30 à 45 ans	Montréal/Ouest du Québec (FR)	18 h HNE

Pourriez-vous me confirmer votre adresse courriel afin que nous puissions vous envoyer le lien vers le groupe de discussion en ligne?

Nous vous demandons de vous connecter quelques minutes à l'avance afin de vous assurer que vous êtes en mesure de vous connecter et de tester votre caméra et votre son (haut-parleur et microphone). Si vous avez besoin de lunettes pour lire, veuillez vous assurer que vous les avez également à portée de main.

Comme nous n'invitons qu'un petit nombre de personnes, votre participation est très importante pour nous. C'est pourquoi si, pour une raison ou une autre, vous ne pouvez pas vous présenter, nous vous demandons de nous téléphoner afin que nous puissions essayer de vous remplacer. Vous pouvez nous joindre à nos bureaux au [INSÉREZ NUMÉRO DE TÉLÉPHONE]. Demandez à parler à [INSÉREZ NOM]. Quelqu'un communiquera avec vous dans les jours qui précèdent le groupe de discussion pour confirmer votre présence.

Afin que nous puissions vous appeler pour confirmer votre présence ou pour vous informer si des changements surviennent, pourriez-vous me confirmer votre nom et vos coordonnées?

Prénom :

Nom :

Courriel :

Numéro de téléphone (jour) :

Numéro de téléphone (soir) :

**Si le répondant refuse de donner son prénom ou son nom, son adresse courriel ou son numéro de téléphone, dites-lui que ces renseignements demeureront strictement confidentiels en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* et que ceux-ci seront uniquement utilisés pour le contacter afin de confirmer sa participation et pour l'informer de tout changement concernant le groupe de discussion. S'il refuse toujours, REMERCIEZ ET TERMINEZ.**

## Annexe C – Guide de discussion

### Introduction

10 min

10 min

L'animateur se présente et décrit son rôle : le rôle de l'animateur est de poser des questions, de s'assurer que chacun a la possibilité de s'exprimer, de surveiller le temps, d'être objectif et de ne pas avoir d'intérêt particulier.

- Le nom de l'entreprise pour laquelle l'animateur travaille, et le type d'entreprise qui l'emploie (p. ex., une société indépendante d'étude de marché).
- Rôle des participants : parler ouvertement et franchement de leurs opinions, se rappeler qu'il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses et qu'il n'est pas nécessaire d'être d'accord avec les autres.
- Les résultats sont confidentiels et rapportés de manière combinée, les participants ne sont pas identifiés et la participation est volontaire.
- La durée de la séance (1,5 heure).
- La présence d'éventuels observateurs, leur rôle et leur objectif, ainsi que les moyens d'observation (observateurs qui regardent et écoutent à distance).
- La présence et le but de tout enregistrement de la séance.
- Confirmer que les participants sont à l'aise avec la plateforme et certains paramètres précis tels que : comment couper et rétablir le son, où se trouve le bouton de levée de la main et la fenêtre de clavardage.
- Comme nous vous l'avons mentionné dans votre invitation à la séance de discussion, nous réalisons une recherche pour le compte du gouvernement du Canada, plus précisément, du Centre de la sécurité des télécommunications (CST). Notre discussion a pour objectif de connaître vos réactions à une série de concepts préliminaires sur le recrutement.

*Animateur : faire un tour de table et demander aux participants de se présenter.*

- **Présentation des participants** : Pour commencer, veuillez indiquer votre prénom, ce que vous faites de vos journées et un de vos champs d'intérêt ou passe-temps favoris.

### Mise en situation

10 min. 20 min.

Puisque la majeure partie de notre conversation d'aujourd'hui sera consacrée à l'examen de concepts de recrutement, j'ai pensé qu'il serait amusant de commencer par discuter de vos aspirations et objectifs professionnels.

- D'abord, imaginez votre carrière ou emploi idéal. Prenez quelques instants pour réfléchir aux caractéristiques qui décriraient la meilleure carrière pour vous. Pour stimuler votre réflexion, posez-vous les questions suivantes :
  - Qu'est-ce qui vous apporterait la plus grande satisfaction professionnelle?
  - À quoi ressemblerait votre environnement de travail idéal?
  - Qui serait votre employeur idéal?
  - Quel type de travail effectueriez-vous au quotidien?

Écrivez votre description dans la fenêtre de clavardage. Lorsque vous aurez terminé, envoyez votre réponse à tous les participants de la réunion. Nous en discuterons en groupe.

## Évaluation de concepts

40 min. 60 min.

Comme je l'ai mentionné, je vais maintenant vous montrer différents concepts afin d'obtenir vos réactions et commentaires à ce sujet.

Nous avons quatre concepts à vous présenter. Il s'agit d'exemples de documents et de produits que le CST pourrait utiliser lors de salons de l'emploi et sur les réseaux sociaux pour attirer des candidats. Chaque concept est accompagné de divers exemples d'utilisation (par exemple, des documents, des publications sur les réseaux sociaux, du matériel de promotion, etc.). Nous allons passer en revue chaque concept, un par un. Examinez-les d'abord en silence; nous discuterons ensuite de vos réactions en groupe.

Il est important de noter que le matériel présenté est en développement. Il ne s'agit donc pas encore de la version définitive.

*[ANIMATEUR : AFFICHER CHAQUE CONCEPT, UN PAR UN, À L'ÉCRAN, EN VARIANT L'ORDRE ALÉATOIREMENT]*

### Explorer :

- En général, que pensez-vous de ce concept? Pourquoi?
- Quelle impression vous laissent-ils? Pourquoi?
- Quel message vous transmet-il quant au fait de travailler pour le Centre de la sécurité des télécommunications? Pourquoi?
- Le remarqueriez-vous? Est-il mémorable? Pourquoi ou pourquoi pas?
- Ce concept vous inciterait-il à agir? Pourquoi ou pourquoi pas?
- Si vous le voyiez sur les réseaux sociaux, seriez-vous susceptible de l'aimer ou de le partager? Pourquoi ou pourquoi pas?
- Que pensez-vous des couleurs? Pourquoi?
- La police de caractère vous plaît-elle? Pourquoi ou pourquoi pas?
- Que pensez-vous des icônes, des symboles et des photos utilisés?
  - De quelle façon interprétez-vous les icônes et symboles?
  - Préférez-vous les photographies ou les icônes et symboles? Pourquoi?
  - Pour ce qui est des photographies, préférez-vous celles de personnes ou de bâtiments? Que pensez-vous des photographies provenant d'une banque d'images? Pourquoi?
- Est-ce que le concept soulève pour vous des questions ou des préoccupations?
- Comment pourrait-on l'améliorer?

### SYNTHÈSE DES CONCEPTS :

- [SONDAGE] Maintenant que vous avez examiné tous les concepts, lequel préférez-vous? Pourquoi?
- [SONDAGE] Lequel arrive au deuxième rang? Pourquoi?
- Y a-t-il des concepts que vous jugez inacceptables ou inappropriés pour le gouvernement? Pourquoi?

*[POUR LES SINOPHONES, UNE FOIS LES QUATRE CONCEPTS EXAMINÉS, L'ANIMATEUR PRÉSENTE LE CONCEPT DANS LA LANGUE]*

*Animateur : se reporter aux questions exploratoires de base ci-dessus. Autres questions exploratoires à ajouter :*

- Est-ce adapté à votre culture? Pourquoi ou pourquoi pas?
- Où vous attendriez-vous à voir une annonce d'offres d'emploi au CST? Sondez : Dans la presse écrite? En ligne?
- Y a-t-il des sites ou des journaux spécifiques où vous vous attendriez à voir une telle annonce?

## Évaluation de slogans

10 min. 70 min.

Concentrons-nous maintenant sur le slogan.

- *Faites partie d'une mission qui compte.*
- En général, qu'avez-vous pensé de ce slogan? Pourquoi?
- Quelles idées/émotions évoque-t-il?
- Cadre-t-il avec les concepts? Est-il mieux adapté à certains concepts qu'à d'autres? Pourquoi?
- Est-il mémorable? Pourquoi ou pourquoi pas?
- Comment pourrait-on l'améliorer, s'il y a lieu? Pourquoi?
- **[POUR LES SINOPHONES]**
  - Le slogan et sa traduction tiennent-ils compte des différences culturelles?
  - Que pensez-vous de la qualité de la traduction?

**[SI LE SLOGAN N'EST PAS ÉVALUÉ DE FAÇON FAVORABLE]**

D'autres slogans sont aussi étudiés :

- *Une mission qui compte.*

**[EN CHINOIS]**

- *Le CST : bâtisseur d'avenir*  
Traduction en chinois simplifié : « CST 与你共建未来 »  
Traduction en chinois traditionnel : « CST 與你共建未来 »
- *La sécurité d'emploi t'attend au CST*  
Traduction en chinois simplifié : « CST能为你提供稳定的工作和收入 »  
Traduction en chinois traditionnel : « CST能為你提供穩定的工作和收入 »
- *Ta carrière s'amorce au CST*  
Traduction en chinois simplifié : « CST期望着你来开创自己的职业生涯 »  
Traduction en chinois traditionnel : « CST期望着你來開創自己的職業生涯 »
- En général, que pensez-vous de ce slogan?
- Quelles idées/émotions évoque-t-il? De quelle façon?
- Cadre-t-il avec les concepts? Est-il mieux adapté à certains concepts qu'à d'autres? Pourquoi?
- Est-il mémorable? Pourquoi ou pourquoi pas?
- Comment pourrait-on l'améliorer, s'il y a lieu? Pourquoi?
- Le préférez-vous au premier slogan?

- *[POUR LES SINOPHONES]*
  - Le slogan et sa traduction tiennent-ils compte des différences culturelles?
  - Que pensez-vous de la qualité de la traduction?

## Évaluation de messages *[SI LE TEMPS LE PERMET]* 5 min. 75 min.

Les concepts peuvent également comprendre d'autres textes inclus de différentes façons. Prenez un moment pour examiner ces messages; nous discuterons ensuite de votre opinion en groupe.

### *[ANIMATEUR : AFFICHER À L'ÉCRAN]*

Vous jouerez un rôle dans la défense du Canada.

L'ennui ne fera pas partie de votre horaire.

Vous ferez partie d'une équipe.

Vous saurez que vos efforts comptent.

Le CST. Faites partie d'une mission qui compte.

- Que pensez-vous de ces messages?
- Quelle impression vous laissent-ils? Pourquoi?
- Que vous disent-ils sur le fait de travailler pour le Centre de la sécurité des télécommunications? Pourquoi?
- Quels sont les mots ou expressions (s'il y a lieu) qui attirent particulièrement votre attention? Pourquoi?
  - Y a-t-il des mots ou expressions qui ne sont pas du tout percutants ou qui sont problématiques d'une certaine façon? Lesquels? Pourquoi?

## Opinions sur les carrières au gouvernement 10 min. 85 min.

Au début de notre discussion d'aujourd'hui/de ce soir, je vous ai demandé de réfléchir à votre carrière idéale.

- *[MAIN LEVÉE]* Avant ce soir, aviez-vous déjà entendu parler du Centre de la sécurité des télécommunications?
  - *[SI OUI]* Qu'aviez-vous entendu à ce sujet? Que pensez-vous de cet organisme? Pourquoi?
- *[MAIN LEVÉE]* Avant ce soir, aviez-vous déjà envisagé un emploi auprès du gouvernement fédéral? Pourquoi ou pourquoi pas?
- Que pensez-vous de travailler au gouvernement fédéral?
  - Quels sont selon vous les principaux avantages? Quels sont selon vous les principaux inconvénients?
- Le Centre de la sécurité des télécommunications vous semble-t-il être un employeur souhaitant embaucher une personne comme vous? Pourquoi ou pourquoi pas?
- *[POUR LES ÉTUDIANTS]* Croyez-vous que vos amis, vos camarades de classe ou vos pairs considéreraient le gouvernement fédéral comme un bon choix de carrière? Pourquoi ou pourquoi pas?

## Préférences de communication 5 min. 90 min.

Finalement, j'aimerais prendre un moment pour comprendre vos préférences en matière de communication.

- Vers quelles sources vous tournez-vous ou vous tourneriez-vous pour trouver de l'information sur des perspectives d'emploi? Veuillez répondre de façon précise.

*Explorer :*

- Sites d'employeur
- Sites de recherche d'emploi
- LinkedIn
- Salons de l'emploi
- Autre (veuillez préciser)

## Conclusion

*[ANIMATEUR : RECUEILLIR LES QUESTIONS SUPPLÉMENTAIRES SOUMISES EN PRIVÉ PAR LA FENÊTRE DE CLAVARDAGE, ET EXPLORER TOUT AUTRE POINT D'INTÉRÊT]*

Voilà qui met fin à notre discussion de ce soir.

- Aimeriez-vous ajouter d'autres commentaires ou réflexions?

Nous vous sommes reconnaissants d'avoir pris le temps de venir et de nous faire part de votre point de vue. Votre contribution est très importante.

# Annexe D – Concepts

## Concept A

**CST | CSE**  
Faites partie d'une mission qui compte.

**Insérer un titre**  
Insérer un sous-titre

CCDC005 #12345678

**Be part of a mission that matters.**  
**CSE | CST**  
Faites partie d'une mission qui compte.

Cover the cam on all your devices!  
Recouvrez la caméra de tous vos appareils.

**CSE | CST**

**FIVE PRACTICAL WAYS TO MAKE YOURSELF CYBERSAFE**

- Practice good password etiquette
- Secure your social media and email accounts
- Store your data securely and know your back-up procedures
- Apply updates to your mobile devices, computers, and applications
- Be on guard for phishing and spear-phishing messages

**CINQ MOYENS PRATIQUES DE REFORCER VOTRE CYBERSECURITE**

- Assurez la sécurité de vos mots de passe
- Sécurisez vos comptes de médias sociaux et de courriel
- Stockez vos données de façon sécuritaire et sachez comment récupérer les copies de sauvegarde
- Mettez à jour vos appareils mobiles, vos ordinateurs et vos applications
- Soyez à l'affût des messages d'hameçonnage et de harponnage

**HOW TO INSTALL:**

- Remove adhesive from back of unit.
- Align opening with camera lens and press firmly.
- Slide to cover camera.

**INSTALLATION:**

- Retirez le collant à l'arrière du dispositif.
- Alignez l'ouverture et l'objectif de la caméra, puis appuyez fermement.
- Étirez pour couvrir le dispositif pour masquer la caméra.

**Le CST**  
**EMBAUCHE**

Venez travailler avec nous à titre de **professionnel(le) de l'administration**

CCDC005 #12345678

**CST CSE**  
@cst\_cse

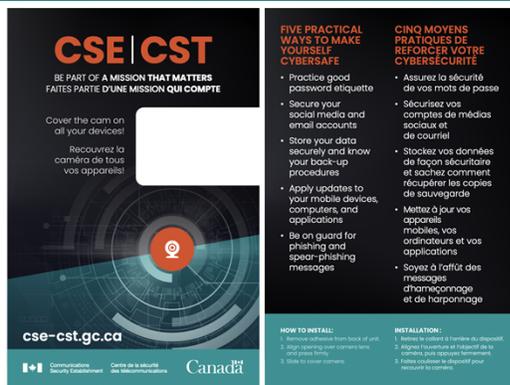
Aimez-vous travailler dans un environnement où tout évolue rapidement? Possédez-vous des aptitudes supérieures en organisation? Joignez-vous à nous en tant que professionnel de l'administration!

Postulez dès aujourd'hui : [jobs-emplois.cse-cst.gc.ca/fr/Professionn...](https://jobs-emplois.cse-cst.gc.ca/fr/Professionn...) #EmploisGC #Admin

Concept B



## Concept C



**CST** @cst\_cse

Aimez-vous travailler dans un environnement où tout évolue rapidement? Possédez-vous des aptitudes supérieures en organisation? Joignez-vous à nous en tant que professionnel de l'administration!

Postulez dès aujourd'hui : [jobs-emplois.cse-cst.gc.ca/fr/Professionn...](https://jobs-emplois.cse-cst.gc.ca/fr/Professionn...) #EmploisGC #Admin



## Concept D

**INSÉRER UN TITRE**  
Insérer un sous-titre

FAITES PARTIE D'UNE MISSION QUI COMPTE

**CST CSE**

© Gouvernement du Canada  
Le présent document est le propriété exclusive du gouvernement du Canada. Toute réimpression, diffusion ou utilisation sans autorisation écrite est strictement interdite. Toute réimpression sans autorisation écrite est strictement interdite.

Canada

**INSÉRER UN TITRE**

FAITES PARTIE D'UNE MISSION QUI COMPTE

Canada

**CSE | CST**

Cover the cam on all your devices!  
Recouvrez la caméra de tous vos appareils!

BE PART OF A MISSION THAT MATTERS  
FAITES PARTIE D'UNE MISSION QUI COMPTE

cse-cst.gc.ca

Canada

**FIVE PRACTICAL WAYS TO MAKE YOURSELF CYBERSAFE**

- Practice good password etiquette
- Secure your social media and email accounts
- Store your data securely and know your back-up procedures
- Apply updates to your mobile devices, computers, and applications
- Be on guard for phishing and spear-phishing messages

**CINQ MOYENS PRATIQUES DE REFORCER NOTRE CYBERSECURITÉ**

- Assurez la sécurité de vos mots de passe
- Sécurisez vos comptes de médias sociaux et de courriel
- Stockez vos données de façon sécuritaire et sachez comment récupérer les copies de sauvegarde
- Mettez à jour vos appareils mobiles, vos ordinateurs et vos applications
- Soyez à l'affût des messages d'hameçonnage et de harponnage

**HOW TO INSTALL:**

- Remove software from back of unit.
- Plug keypad into camera lens and press firmly.
- Install cover camera.

**INSTALLATION:**

- Retirez le capot à l'arrière du dispositif.
- Insérez le clavier et appuyez fermement sur le bouton.
- Installez le couvercle de la caméra.



Aimez-vous travailler dans un environnement où tout évolue rapidement? Possédez-vous des aptitudes supérieures en organisation? Joignez-vous à nous en tant que professionnel de l'administration!

Postulez dès aujourd'hui : [jobs-emplois.cse-cst.gc.ca/fr/Professionn...](https://jobs-emplois.cse-cst.gc.ca/fr/Professionn...) #EmploisGC #Admin

**LE CST EMBAUCHE**

Joignez-vous à notre effectif à titre de professionnel(e) de l'administration

FAITES PARTIE D'UNE MISSION QUI COMPTE

Canada