



Immigration, Refugees  
and Citizenship Canada

Immigration, Réfugiés  
et Citoyenneté Canada

# ***Étude sur l'expérience internationale Canada (EIC) 2023- 2024***

## **Résumé du rapport**

### **Préparé pour Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada**

Fournisseur : Environics Research

Numéro du contrat : CW2334686

Valeur du contrat : 199 784,00 \$ (TVH incluse)

Date d'attribution des services : 19 octobre 2023

Date de livraison : 20 mars 2024

Numéro d'enregistrement : POR 072-23

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec IRCC par courriel à l'adresse : [ircc.commpor-ropcomm.ircc@cic.gc.ca](mailto:ircc.commpor-ropcomm.ircc@cic.gc.ca)

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

**Canada**

## **Étude sur Expérience internationale Canada (EIC) 2023-2024**

**Préparé à l'intention d'IRCC par Environics Research**

Fournisseur : Environics Research

Mars 2024

### **Permission de reproduire**

La présente publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Il faut avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite d'IRCC. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec IRCC par courriel à l'adresse : [ircc.commpor-ropcomm.ircc@cic.gc.ca](mailto:ircc.commpor-ropcomm.ircc@cic.gc.ca)

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le ministre de Services publics et Approvisionnement Canada, 2024

**N° de catalogue** : Ci4-194/2024F-PDF

**Numéro international normalisé du livre (ISBN)** : 978-0-660-71176-8

This report is also available in English under the title *2023-24 International Experience Canada (IEC) Study*.

**N° de catalogue** : Ci4-194/2024E-PDF

**Numéro international normalisé du livre (ISBN)** : 978-0-660-71175-1

# Résumé

## Contexte et objectifs

Expérience internationale Canada (EIC) est un programme géré par Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada (IRCC) qui permet aux jeunes Canadiens et Canadiennes de voyager et de travailler à l'étranger. EIC offre aux citoyens et citoyennes du Canada âgés de 18 à 35 ans la possibilité d'explorer et de travailler dans l'un des plus de 30 pays et territoires partenaires en leur facilitant l'obtention d'un permis de travail ou d'un visa. Comme il s'agit d'un programme réciproque, les jeunes citoyens et citoyennes d'autres pays ont aussi l'occasion de voyager et de travailler au Canada. L'âge limite et les types de permis de travail dépendent de l'entente sur la mobilité des jeunes conclue avec chaque pays partenaire. Le programme comprend des options pour les permis de travail ouverts (c'est-à-dire les permis Vacances-travail), qui ne nécessitent pas d'offre d'emploi, ainsi que les permis spécifiques à l'employeur, accordés seulement en présence d'une offre d'emploi valide.

Le programme EIC cherche à maximiser la réciprocité entre la participation des jeunes de l'étranger et celle des jeunes du Canada. Par conséquent, l'étude a comme principal objectif de recueillir de l'information et de s'appuyer sur les études antérieures pour aider EIC à accroître la participation des jeunes Canadiens et Canadiennes au programme.

L'étude 2023-2024 sur Expérience internationale Canada (EIC) a été conçue de façon à recueillir de l'information auprès de jeunes ayant déjà ou non participé au programme (y compris dans des communautés d'intérêt, comme les Autochtones et les membres de la communauté 2ELGBTQI+) afin d'orienter l'élaboration de politiques et les communications, y compris la création de nouveaux produits ciblés de promotion et de communication, et de cerner les obstacles auxquels EIC pourrait s'attaquer. Pour ce faire, il a fallu évaluer la connaissance du programme EIC auprès du public cible. L'étude avait plus précisément pour objectif d'évaluer :

- la connaissance du programme EIC et l'intérêt pour les voyages à l'étranger;
- les changements d'attitude à l'égard des voyages découlant de la pandémie de Covid-19;
- les attitudes à l'égard du travail et des voyages à l'étranger (y compris l'apprentissage intégré au travail);
- les attitudes à l'égard de la sécurité lors de voyages à l'étranger et la confiance envers les gouvernements étrangers;
- les lacunes dans les ressources et services (y compris les services de travail à l'étranger) destinés aux communautés d'intérêt;
- les attitudes, les obstacles et les lacunes sur le plan de l'information concernant précisément les communautés d'intérêt, les anciens participants et anciennes participantes au programme EIC et les jeunes en général;
- la possibilité que les expériences de travail à l'étranger sensibilisent davantage les jeunes aux différentes cultures (comparativement à ceux et celles n'ayant jamais pris part à de telles expériences);
- les sources d'information sur les destinations de voyage internationales consultées par les jeunes;
- les opinions relatives au matériel promotionnel actuel sur le programme EIC ainsi qu'à du nouveau matériel qui pourrait être utilisé dans le futur.

## Méthodologie

Pour atteindre les objectifs de l'étude, des méthodes quantitative et qualitative ont été utilisées. La phase quantitative consistait en un sondage en ligne auprès de jeunes Canadiens et Canadiennes de 16 à 35 ans.

Bien que le programme EIC soit uniquement offert aux jeunes de 18 à 35 ans, il est important pour IRCC de comprendre les connaissances, les priorités, les motivations et les obstacles chez les jeunes de 16 et de 17 ans qui y seront bientôt admissibles. La phase qualitative a quant à elle pris la forme de séances virtuelles de discussion en groupe. Les deux phases de la recherche ont inclus des communautés d'intérêt précises : les jeunes Autochtones, les jeunes de la communauté 2ELGBTQI+, les jeunes présentant une déficience visuelle ou auditive ou un problème de mobilité et les jeunes femmes dans les STIM.

**Sondage quantitatif en ligne :** Un sondage en ligne a été réalisé du 4 au 21 décembre 2023 auprès de 2 573 jeunes Canadiens et Canadiennes de 16 à 35 ans. Le recrutement s'est fait à partir d'un panel en ligne, et les moins de 18 ans devaient obtenir le consentement d'un parent pour pouvoir participer. Le sondage d'environ 13 minutes s'est penché sur les comportements et les attitudes à l'égard des voyages à l'étranger, les avantages et obstacles perçus d'une expérience internationale, ainsi que la connaissance et les perceptions du programme EIC.

**Séances virtuelles qualitatives de discussion en groupe :** Seize séances de discussion ont été menées auprès de jeunes Canadiens et Canadiennes de 16 à 35 ans. Chaque groupe était composé de cinq à neuf personnes, pour un total de 112 participants et participantes. Les séances ont duré environ 90 minutes et se sont penchées sur l'intérêt à l'idée de vivre ailleurs qu'au Canada, les avantages et les obstacles perçus d'une expérience internationale de vacances-travail, les impressions et l'intérêt à l'égard du programme EIC, ainsi que les opinions relatives à du matériel promotionnel. Le recrutement de la phase qualitative a été effectué par téléphone et par courriel par Trend Research, par l'entremise d'organisations au service des jeunes Autochtones et d'organisations partenaires d'EIC.

La méthodologie utilisée est décrite de façon plus détaillée à l'annexe A du présent rapport.

**Limites :** Puisque les sondages par panel en ligne ne font pas appel à des échantillons probabilistes tirés au hasard, il est impossible de calculer une estimation formelle de l'erreur d'échantillonnage. Cependant, ils peuvent tout de même être utilisés auprès de la population générale, pour autant qu'ils soient conçus adéquatement et qu'ils fassent appel à un panel bien géré comptant un grand nombre de personnes.

L'étude qualitative jette un regard sur la diversité des opinions présentes au sein d'une population, plutôt que sur la pondération de ces opinions, ce que mesurerait un sondage quantitatif. Les résultats d'une recherche de ce type doivent être considérés comme des indications, mais ils ne peuvent pas être extrapolés à l'ensemble de la population.

## **Valeur du contrat**

La valeur de ce contrat s'élève à 199 784,00 \$ (TVH incluse).

## **Principales constatations**

### **Phase quantitative**

Comme c'était le cas en 2023, les voyages à l'étranger sont courants chez les Canadiens et Canadiennes de 18 à 35 ans. En effet, quatre jeunes sur cinq (81 %) ont déjà voyagé pour le plaisir ou pour affaires, et ont fait au moins un voyage international pour cette raison au cours de leur vie. Moins de la moitié (46 %) ont quant à eux voyagé précisément pour le travail, les études, ou pour faire du bénévolat. De ceux-là, trois sur cinq (61 %)

affirment avoir obtenu un visa à cette fin, un résultat inchangé depuis 2023. L'expérience internationale a le plus souvent été organisée par les jeunes mêmes (50 %) ou par l'intermédiaire de leur école (36 %).

Lorsqu'on leur demande de réfléchir à leurs expériences à l'international, les jeunes voyageurs et voyageuses estiment que la découverte de nouvelles cultures (75 %), l'aventure (59 %) et l'épanouissement personnel (50 %) en sont les principaux avantages, les autres options (comme l'apprentissage d'une deuxième langue ou le perfectionnement professionnel) étant mentionnées moins souvent. Deux personnes sur trois (64 %) ont inclus leur expérience à l'international dans leur curriculum vitae, un résultat semblable à celui de l'année dernière. Les jeunes qui ne l'ont pas fait invoquent le plus souvent un manque perçu de pertinence pour le poste convoité. Un pourcentage semblable de jeunes (67 %) affirment ne pas hésiter à parler de leurs voyages à l'étranger à des employeurs potentiels, et près de trois sur cinq (57 %) ont le sentiment que leur expérience a élargi leurs perspectives d'emploi depuis leur retour au Canada.

La France, l'Australie, le Royaume-Uni et l'Allemagne sont toujours les pays partenaires les plus visités dans le cadre du programme EIC (la France a dépassé l'Australie en 2023 pour devenir la principale destination). Chez les anciens participants et anciennes participantes, les taux de satisfaction (85 %) et de probabilité de recommander le programme (83 %) à des membres de leur famille ou à des amis sont élevés. Ce taux de satisfaction est principalement attribuable à l'excellente expérience dans l'ensemble et à l'occasion d'épanouissement personnel que procure le programme (42 %).

Comme dans les années passées, peu de gens avaient entendu parler du programme EIC. En effet, seule une personne sur cinq (19 %) le connaissait bien ou plutôt bien avant de répondre au sondage. Les jeunes qui avaient une certaine connaissance du programme en avaient le plus souvent entendu parler par des amis ou des membres de leur famille (32 %) ou directement d'une source d'IRCC (29 %), comme le site Web (14 %), le compte Facebook (10 %) ou le compte Instagram (10 %) du ministère. Le quart d'entre eux en avaient pris connaissance dans le cadre de recherches générales sur Internet (24 %). Ces résultats sont semblables à ceux de 2023. Le désir d'en savoir plus au sujet du programme EIC n'a pas changé depuis 2023; en effet, près d'une personne sur trois (32 %) souhaite recevoir de l'information à ce sujet. De tels renseignements seraient communiqués plus efficacement par Internet (41 %), tandis qu'un peu plus de trois personnes sur dix aimeraient recevoir de l'information directement d'une source d'IRCC (31 %), soit sur son site Web (15 %), sur son compte Instagram (13 %), dans le cadre d'une séance d'information sur EIC (12 %) ou sur son compte Facebook (9 %). D'autres préféreraient recevoir de l'information par l'entremise d'un établissement universitaire (25 %) ou encore par des amis ou des membres de leur famille (22 %).

L'intérêt pour de futurs voyages est élevé, les trois quarts (76 %) des jeunes indiquant qu'il est très ou plutôt probable qu'ils voyagent pour affaires ou pour le plaisir, et deux sur cinq (41 %) qui sont susceptibles de voyager pour le travail. Le quart des répondants et répondantes estiment probable qu'ils fassent du bénévolat ou étudient à l'étranger (28 % pour chaque option). Six jeunes sur dix (61 %) se sentent à l'aise de voyager à l'étranger, tant qu'ils sont vaccinés, et plus de la moitié (55 %) croient qu'ils sont plus susceptibles de voyager lorsque possible, parce qu'il a été difficile de le faire pendant tellement longtemps en raison des restrictions.

Comme en 2023, la langue, les difficultés financières et les obligations à la maison sont les principaux obstacles empêchant les jeunes de rechercher des expériences de voyage. La pandémie de Covid-19 demeure un facteur pour le tiers des jeunes Canadiens et Canadiennes.

La probabilité de participer à un programme comme Expérience internationale Canada est de 40 %, ce qui concorde avec les résultats de 2023. Trois pays anglophones, soit l'Australie, l'Angleterre et les États-Unis, sont à la tête des destinations de prédilection dans le cadre d'EIC ou d'un programme semblable, tandis que le Japon et

la France arrivent en quatrième et en cinquième places. Les jeunes choisiraient le plus souvent leur destination en fonction de sa culture (24 %), du simple désir de visiter l'endroit (22 %) ou de l'envie de visiter un endroit magnifique (15 %).

### **Phase qualitative**

Lors des séances de discussion, une majorité avait voyagé à l'étranger au cours des cinq années précédentes. Ces voyages étaient souvent de courtes vacances, mais plusieurs personnes avaient fait de plus longs séjours. Les destinations les plus courantes étaient les États-Unis, les Caraïbes, l'Amérique du Sud et l'Europe, et les principaux avantages des voyages qui ont été relevés étaient la découverte de nouvelles cultures et d'autres modes de vie, le contact avec la nature, le désir de comprendre divers points de vue et la possibilité de se déconnecter de son quotidien. Les obstacles aux voyages, comme le coût, le temps, l'éloignement de sa famille et de ses amis, les barrières linguistiques, les différences culturelles, la sécurité et les préoccupations relatives à la santé, étaient semblables d'un groupe à l'autre. La plupart des participants et participantes éviteraient les pays touchés par des conflits ou la guerre. Pour les femmes, les membres de la communauté 2ELGBTQI+ et les jeunes racisés, les inégalités et la discrimination les empêcheraient également de visiter certains pays.

Peu de gens avaient sérieusement envie de vivre ailleurs qu'au Canada pendant une plus longue période (c'est-à-dire plus d'un mois), principalement en raison d'autres priorités dans la vie, et parce que le Canada est un merveilleux pays où habiter. Plusieurs s'inquiétaient aussi de la logistique et des dépenses engendrées par le fait de vivre à l'étranger, et de la nécessité de s'assurer que leurs affaires au Canada restent en ordre durant leur absence. Ceux et celles qui démontraient un intérêt hésitant pourraient être convaincus de vivre à l'étranger si on leur fournissait davantage d'information et de soutien.

Les gens qui se voyaient plus facilement vivre à l'étranger étaient généralement plus jeunes (soit moins de 24 ans), étaient toujours aux études ou commençaient les premières étapes de leur carrière, ou encore étaient déjà de grands voyageurs. Les anciens participants et anciennes participantes au programme EIC cadraient sensiblement avec ces caractéristiques, quoique quelques-uns d'entre eux aient mis une carrière plus établie en veilleuse afin de vivre une expérience internationale. Les avantages de vivre à l'étranger à long terme se distinguaient de ceux associés aux voyages à court terme. En effet, vivre dans un autre pays était perçu comme un moyen de se forger le caractère et de devenir plus indépendant, de s'immerger dans une nouvelle culture et de vivre différemment, d'acquérir ou d'approfondir des compétences transférables et de s'exercer à parler une autre langue. Pour ce qui est des défis uniques associés au fait de vivre à l'étranger à long terme, plusieurs préoccupations ont été relevées, comme la difficulté de trouver un emploi, les problèmes de santé mentale causés par le choc culturel et la solitude, l'accès à des services de santé et l'adaptation à un niveau de vie différent.

Peu de jeunes connaissaient le programme EIC avant l'étude; en général, seulement une ou deux personnes au sein de chaque groupe ont indiqué en avoir déjà entendu parler. Les premières impressions du programme, après que celui-ci eut été décrit, étaient plutôt positives; les participants et participantes aimaient l'idée que le gouvernement facilite le processus et se sont montrés ouverts à l'idée de voyager tout en travaillant. Toutefois, une majorité des gens comprenaient mal les avantages de recourir à ce programme plutôt que d'obtenir eux-mêmes un visa. Quelques jeunes dans chaque groupe ont indiqué qu'une telle expérience pourrait les intéresser; il s'agissait en général des mêmes personnes ayant dit précédemment qu'elles aimeraient vivre à l'étranger. Chez les anciens participants et anciennes participantes, le programme EIC était perçu comme une expérience positive qu'ils recommanderaient sans hésiter.

Dans l'ensemble, l'intérêt pour le programme EIC était faible, généralement pour les mêmes raisons pour lesquelles les gens ne souhaitent pas vivre à l'étranger. Chez les personnes issues de milieux défavorisés, travailler à l'étranger était un luxe ne semblant réaliste que pour ceux jouissant d'une sécurité financière. Certains jeunes s'inquiétaient aussi, entre autres, de la capacité de trouver un logement abordable ou un revenu stable à leur retour au Canada. La plupart ont toutefois dit qu'ils recommanderaient le programme si celui-ci semblait convenir à quelqu'un.

Lorsque la discussion s'est penchée sur les possibles raisons pour lesquelles les jeunes du Canada sont moins susceptibles que les jeunes d'ailleurs de prendre part au programme, la majorité des hypothèses formulées pouvaient être réparties en quatre catégories : les normes culturelles, l'emplacement géographique, les avantages de vivre au Canada et le coût des voyages. Les participants et participantes ont souvent évoqué la culture nord-américaine, qui est axée sur le travail, mentionnant les préjugés envers les gens qui prennent une année sabbatique ou une pause de leur carrière, ou qui attendent avant de fonder une famille. La superficie du Canada et son éloignement des autres pays venaient amplifier les difficultés perçues, et certains jeunes ont dit souhaiter davantage explorer le Canada que voyager à l'étranger. De nombreuses personnes ont aussi souligné que le Canada affiche un niveau de vie élevé, encourage la diversité et offre d'excellentes possibilités d'études et de carrière, ce qui rend le pays intéressant pour les jeunes de l'étranger, mais incite ceux du Canada à rester au pays. Enfin, le coût des voyages pour les Canadiens et Canadiennes et les risques de revers financiers ont été mentionnés comme obstacles majeurs à la participation au programme EIC.

Réfléchissant à des moyens d'encourager un plus grand nombre de jeunes Canadiens et Canadiennes à prendre part au programme EIC, les participants et participantes ont surtout formulé des suggestions pour faire la promotion du programme. Tous étaient d'avis qu'il faudrait présenter des possibilités telles que des programmes d'année sabbatique et des occasions de travail à l'étranger à un jeune âge, pour que les gens aient le temps de réfléchir à de telles expériences et de les planifier durant leurs études secondaires et postsecondaires. Certaines personnes ont aussi suggéré d'offrir une aide financière pour participer au programme, surtout pour les jeunes issus de milieux défavorisés, ainsi qu'un plus grand soutien pour trouver un emploi et un logement et s'adapter aux différences culturelles.

Au moment de discuter de moyens précis pour rejoindre les jeunes, plusieurs participants et participantes ont indiqué qu'ils se verraient davantage dans le programme s'ils pouvaient entendre de véritables témoignages de jeunes y ayant pris part dans le cadre d'événements en personne, par exemple des présentations dans les écoles ou des salons de l'emploi. On trouvait aussi très important que le programme soit présent sur les plateformes de médias sociaux populaires, comme TikTok et Instagram, et plusieurs jugeaient que de courtes vidéos permettraient de mieux attirer l'attention que les publications statiques.

Dans l'ensemble, les gens ont réagi favorablement aux exemples de marketing expérientiel, bien qu'ils aient éprouvé quelques difficultés à établir un lien avec ce concept en tant que technique promotionnelle pour EIC. Certaines personnes ont indiqué qu'elles pourraient apprécier une expérience immersive mettant en valeur la nature, la culture et la vie quotidienne dans les pays partenaires, ou comme moyen pour les participants au programme de partager leur témoignage. Toutefois, pour une majorité, le concept était trop abstrait pour être bien compris. Quelques participants et participantes se sont interrogés sur l'accessibilité du marketing immersif, si le programme EIC tentait de rejoindre des groupes vulnérables ou défavorisés.

Les jeunes se sont vu présenter divers documents promotionnels et devaient évaluer leur style général. Il s'agissait d'une représentation graphique tirée de la campagne « Écris ta propre histoire », un tableau d'ambiance composé d'images provenant de banques, une deuxième représentation graphique intitulée « Voyage tout en travaillant » et une page fictive de médias sociaux.

Le concept « Écris ta propre histoire » a suscité des réactions partagées. Quelques personnes en ont aimé l'esthétique, et certains ont trouvé que l'image, en combinaison avec le slogan, exprimait des possibilités infinies. D'autres, en revanche, ont trouvé le message trop vague, affirmant qu'à première vue, ils ne sauraient pas sur quoi porte la campagne. Le personnage représenté a aussi suscité des commentaires partagés : certains ont trouvé que la jeune femme semblait détendue et ouverte d'esprit, tandis que d'autres y ont vu des connotations de privilège et de richesse en raison de son apparence et de ses vêtements.

Dans l'ensemble, les opinions à l'égard du tableau d'ambiance étaient positives, mais certaines suggestions ont été formulées au sujet d'images précises. On a souvent avancé que l'utilisation de plusieurs images permettrait de mieux véhiculer différents aspects du programme EIC. Plusieurs ont reconnu que les photographies semblaient provenir de banques, mais jugeaient que cela ne les rendait pas nécessairement inauthentiques. En général, celles représentant des gens en action semblaient plus spontanées, par exemple celle de l'homme au manteau rouge se prenant en photo. En revanche, on trouvait que les images mises en scène, comme celle de l'homme tenant une planche de surf, manquaient de sincérité.

Les réactions à l'illustration « Voyage tout en travaillant », essentiellement positives, étaient semblables d'un groupe à l'autre; quelques critiques ont cependant été formulées. On a aimé que plusieurs personnages faisant différentes choses soient représentés, jugeant que cela véhiculait davantage l'idée de voyage et de travail, contrairement au concept « Écris ta propre histoire ». Le style a toutefois suscité des réactions partagées : certains jeunes ont aimé les couleurs et l'aspect ludique, tandis que d'autres ont associé ces caractéristiques à un style administratif courant et trouvaient que cela manquait d'originalité.

Les fausses publications sur les médias sociaux ont suscité en général des réactions positives. Dans l'ensemble des groupes, les gens étaient attirés par les publications qui semblaient contenir des renseignements détaillés, comme « Quoi faire en Suisse », mais trouvaient les publications ne contenant que du texte trop monotones pour attirer leur attention. Dans le groupe de jeunes présentant une déficience, on a critiqué le slogan « Sois plus fort que jamais », jugeant qu'il pourrait sembler capacitiste.

Les participants et participantes se sont également vu montrer différentes versions d'une brève vidéo sur le programme EIC comprenant différentes trames musicales. Dans l'ensemble, les réactions étaient positives. Une majorité jugeait que les vidéos arrivaient bien à attirer l'attention et à susciter l'intérêt à l'égard du programme. Quelques personnes ont trouvé qu'elles étaient trop rapides, et qu'il était difficile de comprendre de quoi il était question à la première écoute, tandis que d'autres ont eu de la difficulté à associer le professeur de mathématiques au concept de permis de travail. La première option musicale était la plus populaire, et ce, dans tous les groupes, son rythme rapide cadrant mieux avec les images. La deuxième option était la moins populaire, jugée trop lente. Certaines personnes lui ont trouvé un aspect sensuel qui ne cadrerait pas avec le programme.

On a demandé aux gens de parcourir rapidement deux pages Web d'EIC, l'une portant précisément sur les voyages en France, et l'autre étant une page plus générale sur le programme. Les participants et participantes se sont montrés favorables aux deux pages Web, les trouvant conviviales, faciles à parcourir, accessibles et instructives. Ils ont aussi aimé les instructions claires et la disposition de chaque page. Lorsqu'on leur a demandé ce qui pourrait être fait pour les améliorer, plusieurs personnes ont suggéré d'ajouter une foire aux questions et des coordonnées claires pour communiquer avec les responsables du programme. On jugeait aussi qu'il serait bien de partager des témoignages, d'indiquer les coûts et les sources de financement et d'ajouter des menus déroulants sur la page « Marche à suivre ».

Dans l'ensemble, les jeunes Autochtones partageaient des points de vue semblables aux autres sur les avantages de voyager et les difficultés de vivre à l'étranger. Plusieurs des problèmes mentionnés rejoignaient ceux relevés



dans les autres groupes, mais se faisaient sentir plus fortement en raison d'enjeux tels que les inégalités économiques et les traumatismes générationnels, qui tendent à exacerber les obstacles comme les coûts des voyages, les inquiétudes en matière de sécurité, la crainte du racisme et de la discrimination et le manque de soins médicaux. Les participants et participantes autochtones souhaitaient vivement que du soutien personnalisé leur soit offert pour les aider à se retrouver dans les complexités et obstacles du programme EIC. On a notamment suggéré d'offrir de l'assistance pour surmonter la nature rébarbative du processus de demande, d'accroître l'authenticité et la représentation dans le matériel promotionnel, de se servir des médias sociaux pour raconter et partager des points de vue d'Autochtones et de clarifier le processus pour obtenir de l'aide financière et du soutien à l'emploi.

## **Énoncé de neutralité politique et coordonnées**

Par la présente, je certifie, en tant que cadre supérieure d'Environics, que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique, comme elles sont définies dans la Politique sur les communications et l'image de marque et la Directive sur la gestion des communications. 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.

Stephanie Coulter

Associée principale en recherche, Affaires publiques

Environics Research Group

[stephanie.coulter@environics.ca](mailto:stephanie.coulter@environics.ca)

**Fournisseur :** Environics Research Group

Numéro de contrat de SPAC : CW2334686

Date du contrat initial : 19 octobre 2023

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec : [IRCC.COMMPOR-ROPCOMM.IRCC@cic.gc.ca](mailto:IRCC.COMMPOR-ROPCOMM.IRCC@cic.gc.ca)