



OFFICE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DU CANADA SONDAGE SUR LA SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE 2018 - RÉSUMÉ DU RAPPORT

**Préparé pour Innovation, Sciences et Développement économique
Canada**

Nom du fournisseur : Environics Research Group

Numéro de contrat : U8020-186395/001/CY

Valeur du contrat : 147 083,06 \$

Date d'attribution : 16 novembre 2017

Date de remise : 9 juillet

Numéro d'enregistrement : ROP 049-17

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec
Innovation, Sciences et Développement économique Canada, à l'adresse :
ic.publicopinionresearch-recherchesurlopinionpublique.ic@canada.ca

Cette publication est également offerte en ligne : <http://www.ic.gc.ca/eic/site/112.nsf/frq/accueil>.

Pour obtenir un exemplaire de cette publication ou un format substitut (Braille, gros caractères, etc.), veuillez remplir le formulaire de demande de publication : www.ic.gc.ca/demande-publication ou communiquer avec :

Centre de services Web
Innovation, Sciences et Développement économique Canada Édifice C.D.-Howe
235, rue Queen
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Canada

Téléphone (sans frais au Canada) : 1-800-328-6189
Téléphone (international) : 613-954-5031
TTY (pour les personnes malentendantes) : 1-866-694-8389
Les heures de bureau sont de 8 h 30 à 17 h (heure de l'Est)
Courriel : ISDE@Canada.ca

Autorisation de reproduction

À moins d'indication contraire, l'information contenue dans cette publication peut être reproduite, en tout ou en partie et par quelque moyen que ce soit, sans frais et sans autre permission du ministère de l'Industrie, pourvu qu'une diligence raisonnable soit exercée afin d'assurer l'exactitude de l'information reproduite, que le ministère de l'Industrie soit mentionné comme organisme source et que la reproduction ne soit présentée ni comme une version officielle ni comme une copie ayant été faite en collaboration avec le ministère de l'Industrie ou avec son consentement.

Pour obtenir l'autorisation de reproduire l'information contenue dans cette publication à des fins commerciales, veuillez demander l'affranchissement du droit d'auteur de la Couronne : www.ic.gc.ca/demande-droitdauteur ou communiquer avec le Centre de services Web aux coordonnées ci-dessus. © Sa Majesté la Reine du Chef du Canada, représentée par le ministre de l'Industrie, 2018.

N° de catalogue : lu71-4/56-1-2018F-PDF
ISBN : 978-0-660-27847-6

N.B. Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.

Also available in English under the title *2018 Canadian Intellectual Property Office Client Satisfaction Survey - Report*.

RÉSUMÉ DU RAPPORT

A. CONTEXTE ET OBJECTIFS

La Stratégie de gestion des services élaborée par Innovation, Sciences et Développement économique Canada pour les années 2016 à 2021 stipule que l'organisme est tenu « d'établir des mesures de référence en matière de satisfaction de la clientèle et d'élaborer une proposition permettant une évaluation horizontale de la satisfaction de la clientèle », et ce, avant la fin de l'exercice financier 2017-2018.

Le sondage de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC) sur la satisfaction de la clientèle a été conçu de façon à servir d'outil de mesure normalisé de la satisfaction de la clientèle. C'est ainsi que le sondage de référence mené en 2017 et 2018 a été pensé comme un instrument de comparaison de la situation actuelle avec celle des vagues à venir, permettant d'évaluer les tendances et les progrès observés au fil du temps. Ce projet incluait également des séances initiales de discussion en groupe, au cours desquelles ont été précisées les questions posées lors du sondage quantitatif.

Les objectifs de ce projet étaient les suivants :

- Élaborer une série d'outils de mesure de la performance devant servir de référence en matière de satisfaction de la clientèle pour l'OPIC;
- Donner un aperçu des priorités des clients de l'OPIC en ce qui concerne la prestation de services;
- Recueillir des données venant appuyer les autres besoins en matière de veille économique liés aux clients de l'OPIC.

B. MÉTHODOLOGIE

1. Phase qualitative

Entre le 6 décembre 2017 et le 16 janvier 2018, Environics Research a tenu une série de neuf séances de discussion en groupe. Sept de ces séances ont été menées en personne (à Ottawa, à Toronto, à Montréal et à Vancouver), alors que deux l'ont été par conférence téléphonique. Les groupes ont été formés selon les types de clients, comme suit :

- **Agents** (3 groupes : 2 pour les brevets et les dessins industriels, et 1 pour les marques de commerce) —Les agents sont des professionnels qui déposent les demandes de PI au nom de leurs clients ou des entreprises qui emploient ces derniers (conseillers internes).
- **Clients non représentés** (2 groupes : surtout pour les marques de commerce) —C'est-à-dire les clients ayant mené à bien le processus menant au dépôt d'une demande de PI sans l'aide d'un agent.
- **Clients représentés** (4 groupes : 3 au Canada et 1 aux États-Unis, mélange de brevets et de marques de commerce) —C'est-à-dire les clients ayant eu recours à l'aide d'un agent pour mener à bien le processus menant au dépôt d'une demande de PI.

Les participants aux séances de discussion en groupe ont été sélectionnés en fonction des Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada — Recherche qualitative¹.

¹ Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada — Recherche qualitative.
<https://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/rop-por/documents/rechqual-qualres-fra.pdf>

On trouvera une description plus détaillée de la méthodologie qualitative appliquée dans le cadre de ce projet à l'annexe A du présent rapport; est également incluse une copie des instruments de recherche utilisés (annexes B et C).

Limites : 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 une recherche quantitative. 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.

2. Phase quantitative

Dans le cadre de la phase quantitative de ce projet de recherche, un sondage en ligne a été mené du 21 février au 22 avril 2018 auprès de 1 136 clients de l'OPIC. La marge d'erreur pour l'échantillon total de 1 136 personnes est de plus ou moins 2,9 points de pourcentage, avec un coefficient de confiance de 95 % (la marge d'erreur est plus élevée au sein des sous-groupes).

L'échantillon fourni par l'OPIC comprenait trois groupes de clients : des agents, des clients non représentés et des clients représentés. Le groupe d'agents a été sélectionné parmi une liste d'agents enregistrés représentant des clients nationaux et internationaux. Ces deux derniers groupes de clients ont été choisis parmi une liste de candidats canadiens si, entre le 1^{er} juin 2016 et le 1^{er} novembre 2017, ils avaient obtenu l'octroi ou l'enregistrement de leur demande de PI, avaient vu leur demande refusée, abandonnée ou retirée, ou avaient déposé une demande qui suivait toujours son cours. Ce sondage se veut une tentative de recensement des clients admissibles pour lesquels des adresses courriel étaient disponibles.

La répartition des entrevues achevées allait comme suit :

	Brevet	DI	MC	Total	Marge d'erreur*	% (réel)**
Agents	113	84	236	433	± 4,7	38 %
Clients non représentés	88	20	476	584	± 4,0	51 %
Clients représentés	20	3	23	46	± 14,4	10 %
Clients divers***	21	6	46	73	± 11,5	-
Total	242	113	781	1136	± 2,9	100 %
Marge d'erreur*	± 6,3	± 9,2	± 3,5			

* Les marges d'erreur d'échantillonnage indiquées le sont avec un coefficient de confiance de 95 %.

** Représente le pourcentage réel de courriels se trouvant dans la base de données fournie par l'OPIC.

*** Les clients divers sont les personnes ayant indiqué qu'elles ont parfois fait appel à un agent et parfois elles-mêmes échangé avec l'OPIC au cours des 18 derniers mois.

La façon dont le sondage était programmé permettait de sélectionner, lorsque des clients indiquaient avoir mené des activités dans plus d'un secteur au cours des 18 derniers mois, un seul de ces secteurs à propos duquel ils devaient répondre, en priorisant ceux dont les échantillons étaient les plus faibles (dessins industriels et brevets), afin de leur assurer une représentation adéquate dans les données. Les données étaient également pondérées en fonction du pourcentage d'agents, de clients non représentés et de clients représentés dont les adresses courriel figuraient dans le fichier type original.

On trouvera une description plus détaillée de la méthodologie quantitative appliquée dans le cadre de ce projet à l'annexe A du présent rapport; est également incluse une copie du questionnaire utilisé (annexe D).

C. VALEUR DU CONTRAT

Le coût de cette recherche s'élève à 147 083,06 \$ (TVH comprise).

D. RAPPORT

Ce rapport présente tout d'abord un résumé des principales constatations et conclusions observées, suivi d'une analyse détaillée des résultats des données du sondage et des séances de discussion en groupe. Un document distinct renferme pour sa part un ensemble de tableaux présentant les résultats obtenus à toutes les questions quantitatives du sondage, en fonction de segments de la population définis par groupes de clients, types de PI, régions et autres sous-groupes. Dans l'analyse détaillée, chacun de ces tableaux est associé à une question du sondage.

Dans le présent rapport, les résultats quantitatifs sont exprimés en pourcentages, à moins d'avis contraire. Il est possible que la somme des résultats ne soit pas égale à 100 % en raison de l'arrondissement des nombres ou de réponses multiples. Il est également possible que les résultats nets mentionnés dans le texte ne correspondent pas exactement aux résultats individuels figurant dans les tableaux en raison de l'arrondissement.

E. UTILISATION DES CONSTATATIONS DE LA RECHERCHE

La recherche qualitative menée dans le cadre de ce projet a été utilisée pour concevoir et parfaire le contenu du questionnaire. Le sondage de l'OPIIC sur la satisfaction de la clientèle se veut un outil de mesure normalisé de la satisfaction de la clientèle, d'abord utilisé comme mesure de référence en 2017 et 2018, puis potentiellement mis à jour tous les trois ans afin d'évaluer les tendances et les progrès observés au fil du temps.

Le sondage 2018 de l'OPIIC sur la satisfaction de la clientèle lui a permis de recueillir des commentaires instructifs de la part de ses clients et intervenants sur la qualité des services offerts. L'OPIIC utilisera ces informations pour apporter aux services qu'il offre des améliorations qui s'inscrivent dans la Stratégie en matière de services du gouvernement du Canada, qui vise à améliorer les services offerts aux Canadiens et à accorder la priorité aux clients. Dans l'avenir, l'OPIIC entend continuer à mesurer et à surveiller la mise en place d'un modèle de prestation des services et de communiquer les résultats de ses démarches par l'entremise de mécanismes tels que son rapport annuel. L'organisme vise ainsi à s'assurer que ses clients et intervenants ont accès aux informations communiquées au sujet de ses efforts continus d'amélioration.

F. CONSTATATIONS PRINCIPALES — PHASE QUANTITATIVE

Les résultats du sondage quantitatif révèlent une satisfaction modérée à l'endroit de l'OPIIC, de vastes progrès pouvant toujours être accomplis dans ce domaine. La moitié des clients (51 %) se disent satisfaits des services fournis par l'organisme; deux sur dix (22 %) se montrent neutres et un quart d'entre eux (27 %) affirment en être insatisfaits. Cette répartition des taux de satisfaction (la moitié des clients se disant satisfaits des services, l'autre moitié étant également partagée entre un sentiment neutre et une insatisfaction) s'avère pratiquement la même pour tous les aspects du service à la clientèle mesurés, y compris en ce qui a trait à l'accessibilité aux services et aux délais avant qu'une demande de PI soit enregistrée ou octroyée.

- On observe par ailleurs que ce taux de satisfaction est légèrement *plus élevé* lorsqu'il est question des services liés au dépôt d'une demande (dans l'ensemble, 57 % des clients ayant déposé une demande au cours de 18 derniers mois se disent satisfaits), et légèrement *plus bas* lorsqu'il est question des services liés à l'examen des demandes (48 % de clients satisfaits) et à la qualité des actions administratives (46 % de clients satisfaits).
- L'OPIIC reçoit ses meilleures notes lorsqu'il est question de sa capacité à fournir des services dans la langue officielle choisie par un client (87 % des répondants manifestent leur accord avec cet énoncé), de la facilité de son processus de paiement électronique (73 %) et du professionnalisme de son personnel (67 %). Notons par ailleurs que ce dernier élément est également perçu comme l'une des forces de l'organisme par les participants des séances de discussion en groupe.

- Sans grande surprise, la satisfaction à l'égard du service à la clientèle est étroitement liée au fait de voir sa demande de PI être enregistrée ou octroyée. La satisfaction générale à l'endroit de l'organisme et de certains services précis offerts par celui-ci s'avère généralement plus élevée parmi les répondants ayant obtenu l'enregistrement ou l'octroi de droits de PI au cours des 18 derniers mois, et moins élevée chez ceux dont la demande a été abandonnée ou refusée.

La satisfaction globale à l'égard de l'OPIC s'avère sensiblement la même selon les types de clients, et ce, en dépit des degrés divers d'interactions qu'ont les agents, les clients non représentés et les clients représentés avec l'organisme.

- Les différences les plus notables sont associées aux services de dépôt ou d'examen d'une demande. La satisfaction à l'endroit du service reçu lors du processus de dépôt est plus élevée chez les agents (à 64 %, comparativement à 55 % chez les clients non représentés). On note, particulièrement, que les agents se montrent plus satisfaits de l'efficacité du processus et du fait que les formulaires sont faciles à remplir que de la facilité d'utilisation des bases de données de l'OPIC et de la capacité de ces dernières à leur fournir les informations dont ils ont besoin. Chez les clients non représentés, c'est la situation contraire qui prévaut.
- En revanche, la satisfaction à l'endroit du service reçu lors de l'examen d'une demande est plus faible chez les agents (à 44 %, comparativement à 50 % chez les clients non représentés). Les agents se montrent généralement plus positifs que les clients non représentés lorsqu'il est question de leur capacité à facilement comprendre les actions administratives et leurs discussions avec les examinateurs. Ils se montrent par contre plus sévères en ce qui a trait à la cohérence des décisions de ces derniers et aux délais dans lesquels sont reçues les premières actions administratives.
- Les clients représentés se distinguent par une plus grande tendance à opter pour les catégories « neutre » ou « je ne saurais dire » pour décrire ce qu'ils pensent de l'OPIC, une situation pouvant s'expliquer par le fait qu'ils communiquent principalement avec leur agent plutôt qu'avec l'organisme lui-même. Sinon, le pourcentage relatif d'opinions positives ou négatives qu'ils émettent sur divers sujets est semblable à ce que l'on observe chez d'autres types de clients (c.-à-d. qu'ils ne sont pas plus susceptibles que d'autres répondants d'être satisfaits ou insatisfaits des services de l'OPIC).

Les clients se montrent globalement plus satisfaits des services rendus en matière de dessins industriels (68 %) qu'en ce qui concerne les brevets (55 %) ou les marques de commerce (49 %).

- Cette situation ne peut être attribuée au pourcentage plus élevé d'agents qui traitent, en raison de leur complexité, les demandes relatives aux dessins industriels (48 % des personnes ayant répondu pour les dessins industriels sont des agents, comparativement à 22 % dans le cas des brevets et à 12 % dans le cas des marques de commerce), puisque les agents ne sont pas plus susceptibles que les autres répondants de manifester leur satisfaction générale à l'égard des services de l'OPIC. Les données disponibles indiquent plutôt un taux de satisfaction significativement plus élevé en ce qui concerne les délais menant à l'enregistrement d'un dessin industriel (67 %, comparativement à 54 % pour l'octroi d'un brevet et à 46 % pour l'enregistrement d'une marque de commerce).
- Bien que le taux de satisfaction global soit statistiquement similaire pour les services associés aux brevets et aux marques de commerce, les points de vue relatifs à ces dernières se distinguent par une plus grande *insatisfaction*. Les clients recevant des services liés aux marques de commerce sont en effet plus susceptibles d'exprimer une certaine insatisfaction en ce qui concerne le dépôt d'une demande, le processus d'examen, la qualité des actions administratives et les délais pour obtenir un enregistrement.

Au-delà du type de client et du secteur d'activité concernés, le taux de satisfaction exprimé par les répondants tend à être *plus élevé* chez les clients représentés et les clients non représentés ayant plus d'expérience en matière de PI (mesurée par un plus grand nombre de demandes présentées au cours des 18 derniers mois), et *plus faible* parmi les agents travaillant auprès d'une clientèle internationale

nécessitant des services de PI au Canada (par rapport à ceux travaillant uniquement pour des clients nationaux). Le taux de satisfaction de la clientèle (global et pour certains aspects précis des services de l'OPIC) ne varie pas de façon importante en fonction du sexe, de l'emplacement des clients, de l'industrie ou de la taille de l'entreprise.

Étant donné les variations observées dans l'évaluation de certains aspects des services offerts par l'OPIC, de façon globale et au sein de sous-groupes clés, une analyse en profondeur a été menée afin de déterminer lesquels de ces aspects constituent des éléments moteurs, ou facteurs de premier plan influençant la satisfaction générale des clients à l'endroit des services de l'organisme.

- Il ressort de cette analyse que les clients sont plus susceptibles d'avoir une impression favorable de l'organisme s'ils se montrent satisfaits des services reçus lors du dépôt et de l'examen de leur demande, de même que de la rapidité du processus. Le point de vue des clients représentés et des clients non représentés repose également sur le fait qu'ils ont l'impression (ou non) que l'OPIC n'a rien ménagé pour combler leurs besoins.
- Une analyse de la performance indique de plus que l'OPIC est évalué un peu plus négativement pour ce qui est des aspects suivants : l'évolution et l'ajustement des processus et des services de dépôt et d'examen en fonction des besoins des utilisateurs; la rapidité des actions administratives et les délais entre le dépôt initial et un enregistrement ou un octroi de PI; la cohérence des décisions d'un examinateur à un autre (élément particulièrement faible aux yeux des agents); et, chez les clients représentés et les clients non représentés, l'impression que le personnel de l'OPIC ne ménage rien pour satisfaire leurs besoins. Ainsi, la mesure dans laquelle l'OPIC saura répondre à ces problèmes ou préoccupations sera ce qui contribuera probablement le plus à l'amélioration du taux de satisfaction de ses clients à l'endroit de ses services.

L'OPIC a récemment mis sur pied un programme visant à sensibiliser et à informer les Canadiens au sujet de la PI. Celui-ci inclut un vaste éventail d'outils d'information sur la PI, des séminaires et des événements spéciaux, et fournit un accès aux employés de l'OPIC, susceptibles d'aider les Canadiens à mieux saisir l'importance de la PI et à discuter de leur stratégie en la matière. Comme ce programme débute à peine, seulement un client non représenté et un client représenté sur cinq affirment le connaître. La majorité des répondants (69 %) s'entendent cependant pour dire que ces types de services sont utiles aux entreprises et aux individus.

G. CONSTATATIONS PRINCIPALES — PHASE QUALITATIVE

En matière d'attentes et d'expérience, les groupes de discussion ont permis de révéler deux trajectoires principales associées aux services fournis par l'OPIC.

- On retrouve d'abord les **experts**, qui incluent les agents et certains clients représentés. Les membres de ce sous-groupe, des utilisateurs intensifs et fort expérimentés, sont à la recherche de services adaptés à leurs besoins. À leur avis, les améliorations souhaitées devraient porter sur le perfectionnement de la fonctionnalité des bases de données liées à la PI (surtout la base de données portant sur les marques de commerce); l'atteinte d'une plus grande uniformité dans les évaluations des examinateurs, les délais fixés et l'application des lois ou règlements; et l'amélioration de l'uniformité du processus de PI entre les trois secteurs d'activité.
- Se retrouvent ensuite les **non-initiés**, c'est-à-dire, principalement, les clients non représentés et les clients représentés, mais moins expérimentés. Ce sous-groupe apprécie le processus en ligne automatisé et en libre-service entourant la PI, mais rencontre souvent des problèmes en raison de son manque de connaissances en la matière. En ce qui concerne l'amélioration des services, les priorités des membres de ce sous-groupe se concentrent principalement sur une plus grande clarté des exigences en matière de renseignements et sur un soutien accru leur permettant d'être mieux à même de déposer avec succès une demande de PI.

Toujours en matière de service à la clientèle, certains thèmes communs aux *deux* types de clients ont toutefois été relevés.

- Le personnel de l'OPIIC a ainsi fait l'objet de nombreux éloges, étant régulièrement décrit comme professionnel, courtois et soucieux de favoriser une bonne collaboration. Les agents se sont cependant montrés plus susceptibles de suggérer qu'il y avait toujours des progrès à faire, notamment en ce qui a trait à l'accessibilité (ils ont fait part de leur désir d'une communication plus directe que celle entretenue avec le centre d'appels général) et aux connaissances des examinateurs et des autres employés de soutien (dans le cas de ces derniers, surtout en ce qui a trait à la façon dont leur rôle s'inscrit dans le processus de PI dans son ensemble et aux raisons de son importance).
- Parmi les éléments susceptibles d'être améliorés, on notait les suivants : l'amélioration de la précision de l'OPIIC et de sa capacité à corriger, rapidement et facilement, les erreurs; une plus grande transparence en ce qui a trait au cheminement d'une demande; et le développement de ses services en ligne (p. ex., un accroissement de son utilisation des courriels ou la disponibilité en ligne de tous les documents liés à un dossier).

L'un des objectifs des séances de discussion en groupe était de déterminer la mesure dans laquelle les clients représentés pouvaient formuler des commentaires sur les services de l'OPIIC, leurs communications avec l'organisme étant habituellement assurées par un agent. L'étude menée nous révèle toutefois qu'un nombre non négligeable d'entre eux exprimaient le souhait « de se débrouiller seuls », et que certains l'avaient fait avant de rencontrer certaines difficultés. Puisque l'une des tâches de l'OPIIC consiste à guider les clients dans le processus de PI, les clients représentés ont été inclus dans le sondage quantitatif, avec les agents et les clients non représentés.

H. ÉNONCÉ DE NEUTRALITÉ POLITIQUE ET COORDONNÉES

Par la présente, je certifie, en tant que vice-présidente d'Environics Research Group, 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 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.



Sarah Robertson
Vice-présidente, Affaires générales et publiques, Environics Research
sarah.roberton@environics.ca / 613 699.6884