



Petites et moyennes entreprises (PME) canadiennes : Étude de référence sur la sensibilisation à la propriété intellectuelle

Mars 2007

Rapport présenté à :

l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC)

Industrie Canada Direction générale des communications et du marketing

Édifice C.D.-Howe

Pièce 204E, 235, rue Queen

Ottawa (ON) K1A 0H5

Canada

Téléphone : 613-943-2545

Télécopieur : 613-952-5162

Courriel : ResearchAdvertising_RecherchePublicite@ic.gc.ca

This report is also available in English

Numéro du contrat : U8020-061773

Date d'attribution du contrat : 6 novembre 2006



Table des matières

1. Sommaire	2
2. Executive Summary	4
3. Contexte	7
4. Objectifs du programme	8
5. Méthodologie : entrevues téléphoniques d'une quinzaine de minutes auprès de 2 100 PME canadiennes	8
6. Groupe cible	11
7. Principal enjeu pour les entreprises	14
8. Connaissance de l'expression PI	16
9. Principales associations avec l'expression PI	25
10. Connaissance de l'organisme responsable de l'enregistrement ou de l'octroi des droits de PI	27
11. Connaissance de l'OPIC par comparaison à d'autres organismes	29
12. Obstacles au dépôt d'une demande de protection des droits de PI	31
13. Utilisation des bases de données sur Internet	32
14. Utilisation des bases de données commerciales	34
15. Violation/contrefaçon des droits de PI	35
16. Sources de conseils spécialisés et de conseils de nature générale concernant la PI	37
17. Utilisation des produits et services de PI de l'OPIC	38
18. Utilité perçue des différentes sources d'information sur la PI	39
19. Moyens éventuels de combler les besoins des PME en matière de PI	40
20. Segmentation par niveau de connaissance	41
21. Établissement du profil des segments de connaissance	42
22. Conclusions/recommandations	43



I. Étude de référence sur la sensibilisation à la PI



1. Sommaire

Connaissance générale de la protection des droits de la PI et de l'OPIC

- Les problèmes de propriété intellectuelle (PI) ne se situent pas parmi les principales priorités des cadres supérieurs lorsqu'ils songent aux problèmes les plus importants auxquels est confrontée leur compagnie. En effet, le terme « propriété intellectuelle » n'est que « très » ou « un peu » familier (**c.-à-d. 4-10 sur une échelle de 0-10, 10 signifiant très familier**) aux deux tiers (57 %) des répondants. Le reste (42 %) ont indiqué qu'ils ne connaissaient pas ce terme (**c.-à-d. 0-3 sur une échelle de 0-10, 0 signifiant pas du tout familier**).
- Il n'est donc pas surprenant que lorsqu'on leur a demandé de nommer tout type ou méthode formel de protection des droits de la PI, plus de trois cadres supérieurs sur cinq (62 %) étaient incapables de le faire. En tête de liste des réponses spontanées, la protection des droits d'auteur a été identifiée par un cinquième (19 %) des répondants, suivie par la protection des brevets (16 %) et des marques de commerce (10 %). Seul 1 % des répondants ont mentionné la protection des dessins industriels et des secrets industriels.
- Quatre cadres supérieurs sur cinq (81 %) n'ont pu nommer un organisme au Canada responsable d'accorder ou d'enregistrer la protection des droits de la PI. Le gouvernement fédéral a été identifié par 6 % des répondants, tandis que la même proportion de répondants a mentionné soit le Bureau des brevets (4 %), le Bureau des marques de commerce (1 %) ou le Bureau du droit d'auteur (1 %). Seulement 1 % des dirigeants d'entreprise ont mentionné l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC).
- Lorsqu'on leur a précisément demandé leur connaissance de l'OPIC et de ses produits et services, seulement 3 % des répondants ont dit que l'organisme leur était familier. La grande majorité des répondants, quatre sur cinq (89 %), affirment qu'ils ne connaissent pas l'OPIC.
- En accord avec la familiarité du terme « propriété intellectuelle », seulement un peu plus du tiers des dirigeants ont indiqué qu'ils connaissaient les trois principaux types de protection des droits de la PI, soit les droits d'auteur (40 %), les marques de commerce (39 %), et les brevets (35 %). Bien qu'un répondant sur six affirme connaître la protection des secrets industriels (17 %) et des dessins industriels (14 %), seulement deux sur cinq (env. 40 %) indiquent ne pas connaître ces formes de protection des droits de la PI.

Comportements et attitudes face à la PI

- Un tiers (32 %) des cadres supérieurs sondés considèrent que leur entreprise possède des actifs de PI. Au sein de ce groupe, les contrats de licence (42 %), les marques de commerce (39 %) et les droits d'auteur (32 %) sont les trois principales méthodes utilisées pour protéger ces actifs. Les secrets industriels, les brevets et les dessins industriels sont d'autres méthodes fréquemment utilisées.
- Un quart (26 %) des entreprises ayant des actifs de PI ont choisi de ne pas les protéger. Dans ce groupe, plus du tiers (36 %) ont choisi de ne pas enregistrer leurs actifs de PI, car ils ne le jugeaient pas nécessaire. Un autre 15 % a dit ne simplement pas avoir pris le temps de le faire. Parmi les autres raisons courantes citées, mentionnons le coût élevé (9 %) et le manque de valeur (7 %). Un répondant sur cinq (20 %) a souligné un



manque d'information, comme le fait de ne pas savoir qu'il pouvait enregistrer sa PI, où aller et comment procéder.

- Lorsqu'on leur a demandé leur point de vue sur les obstacles majeurs au dépôt d'une demande de protection des droits de la PI pour les droits d'auteur (32 %), les marques de commerce (31 %), les brevets (29 %), et les dessins industriels (28 %), environ trois répondants sur dix disaient qu'il n'y en avait pas, et la moitié étaient incapables d'en nommer. Le coût est l'obstacle le plus souvent mentionné, même si ce n'est que par un répondant sur dix.
- Le recours sans frais à des bases de données sur Internet offertes par plusieurs offices de propriété intellectuelle (OPI) pour s'informer sur le développement de produits ou surveiller la concurrence est extrêmement limité alors que seulement un répondant sur vingt consulte des bases de données sur les brevets, les marques de commerce et les dessins industriels.
- La crainte d'une violation ou d'une contrefaçon des droits de PI n'est pas élevée chez les cadres supérieurs sondés alors que seulement un répondant sur cinq (20 %) souligne qu'il s'agit d'un problème important pour son entreprise. À l'intérieur de ce groupe, les violations de droits d'auteur (34 %) et de marques de commerce (25 %) sont les principales préoccupations, tandis que les contrefaçons de dessins industriels (15 %) et de brevets (14 %) sont importantes pour environ un répondant sur sept. Au sein de ce groupe, un quart (27 %) des répondants signalent que leur compagnie a été touchée par une violation de PI.

Sources d'information sur la PI

- Les cadres supérieurs semblent s'informer sur la protection des brevets, des droits d'auteur, des marques de commerce et des dessins industriels auprès des cinq mêmes principales sources pour chaque type de PI. Les écoles, les journaux et les magazines, de même que l'expérience personnelle et de travail sont les plus souvent mentionnés. La radio et la télévision, ainsi que les associations commerciales, complètent les cinq sources. La combinaison des médias imprimés et télévisés amène les médias à la première position quant aux sources de renseignements sur la PI (23 %) selon les gens qui ont participé au sondage. Suit de près les médias toute mention d'écoles, secondaires et postsecondaires.
- Tel que mentionné précédemment, l'accès aux bases de données fournies par les OPI est extrêmement limité (2 % à 6 %), et même parmi ceux qui font appel à ces ressources gratuites, entre un répondant sur dix et un sur cinq ne les a pas utilisées au cours des 12 derniers mois. Au sein des entreprises qui utilisent les bases de données gratuites sur Internet offertes par divers OPI, entre un tiers et la moitié des dirigeants sont incapables d'identifier lesquelles, le cas échéant, leur entreprise a consultées au cours des 12 derniers mois. Pour environ trois répondants sur dix, les bases de données sur les brevets (36 %), les droits d'auteur (33 %), les dessins industriels (29 %) et les marques de commerce (28 %) canadiens ont été les plus souvent consultées.
- Bien que les bases de données sur la PI fournies par des entreprises commerciales sont davantage utilisées pour le développement de produits ou la surveillance de la concurrence que celles offertes par les OPI, elles ne sont malgré tout consultées que par une petite minorité (14 %). Les demandes de renseignements sur les marques de commerce sont les demandes relatives à la PI les plus fréquemment mentionnées par trois répondants sur dix (30 %). Les bases de données commerciales sont consultées par un répondant sur cinq



(22 %) pour les dessins industriels, un sur six (16 %) pour les droits d’auteur et un sur dix (11 %) pour les brevets.

- S’ils avaient besoin d’information générale au sujet de la PI, un quart (24 %) des cadres supérieurs ne sauraient pas où consulter, un quart (24 %) chercheraient sur Internet et un sur cinq (20 %) consulterait un avocat. L’avocat est la source experte sur la PI privilégiée par deux répondants sur cinq (40 %) chez les dirigeants d’entreprise. Cependant, plus d’un quart (29 %) des répondants étaient incertains quant à la source à consulter.
- Près de la moitié des cadres supérieurs (46 %) avaient l’impression qu’un site Web ou Internet serait la façon la plus efficace dont l’OPIC pourrait leur transmettre de l’information au sujet de la PI. Les foires commerciales ont été citées par un quart (25 %) des dirigeants d’entreprise et les brochures envoyées à leur entreprise ont été jugées utiles par un répondant sur cinq (20 %).
- Lorsqu’on leur a demandé comment le gouvernement du Canada pourrait le mieux combler leurs besoins d’information sur la PI, la moitié (51 %) des dirigeants d’entreprise étaient incapables de répondre. Un répondant sur dix (11 %) a suggéré un site Web.

Pour obtenir de plus amples renseignements, composez le 1-866-977-1936 ou envoyez un courriel à l’OPIC à opic.contact@ic.gc.ca.

2. Executive Summary

General Familiarity with Intellectual Property Protection and CIPO

- Intellectual property concerns are not top priorities for senior decision makers when thinking about the most important issues currently facing their companies. In fact, the term “Intellectual Property” is only “very” or “somewhat” familiar (**saying 4-10 on a scale from 0-10, with 10 being very familiar**) to about two-thirds (57%) of those surveyed. The remainder (42%) rated themselves as not familiar (**saying 0-3 on a scale from 0-10, with being not at all familiar**) with the term IP.
- Perhaps not surprisingly therefore, when asked to name any formal methods or types of intellectual property protection, more than three-in-five senior decision makers (62%) were unable to do so. Copyright protection led the list of unprompted responses, identified by one-in-five (19%), followed by patent protection (16%) and trademark protection (10%). Industrial design protection and trade secrets were each referred to by only one percent of respondents.
- Four-out-of-five senior decision makers (81%) could not name an organization in Canada that is responsible for granting and/or registering IP protection. The Federal Government was identified by 6% of respondents, while the same proportion cited either of the Patent Office (4%), Trademark Office (1%), or the Copyright Office (1%). Only 1% of business leaders mentioned the Canadian Intellectual Property Office (CIPO).



- When specifically asked about their familiarity with the CIPO and its products and services, just 3% of respondents rated themselves as being familiar with the organization. The vast majority of those surveyed, four-in-five (89%), say they are unfamiliar with CIPO.
- Mirroring familiarity with the term “Intellectual Property”, just over one-in-three business leaders reported that they are very or somewhat familiar with the three main types of IP protection – copyrights (40%), trademarks (39%) and patents (35%). While one-in-six state they are familiar with trade secrets (17%) and industrial designs (14%), only two-in-five (apx 40%) are not familiar with these forms of IP protection.

IP Behaviours and Attitudes

- One-third (32%) of senior business decision makers surveyed considered their company to have IP assets. Among this group, licence agreements (42%), trademarks (39%), and copyrights (32%) are the top three methods used to protect these assets. Trade secrets, patents, and industrial designs were other methods commonly used.
- One-quarter (26%) of companies with IP assets choose not to protect them. Of this group, over one-third (36%) chose not to register their IP assets because they did not think it was necessary, and a further 15% said they just have not gotten around to it. Other common reasons cited were the high cost (9%) and the lack of value (7%). One-in-five (20%) cited issues around lack of knowledge such as not knowing that you could register your intellectual property or where to go and how to do it.
- When asked their view on significant impediments to filing for intellectual property protection for copyrights (32%), trademarks (31%), patents (29%), and industrial designs (28%), about three-in-ten feel there are not any, and half are unable to say. Cost is the impediment most frequently cited, although by only one-in-ten.
- Use of free Internet databases offered by various Intellectual Property Offices as a source of information for product development and/or competition monitoring is extremely limited with just one-in-twenty accessing any patent, copyright, trademark and industrial design databases.
- Concern over the violation or infringement of intellectual property rights is not prevalent among the senior decision makers surveyed with only one-in-five (20%) reporting this as a significant issue for their business. Among this group, copyright (34%) and trademark (25%) violations are the primary concerns while industrial design (15%) and patent (14%) infringements are important for about one-in-seven. Among this same group, one-quarter (27%) report their company has been affected by an IP violation.

Information Sources for IP

- Senior decision makers appear to be getting their knowledge about protection for patents, copyrights, trademarks, and industrial designs from the same five top sources for each type of intellectual property. School, newspapers and magazines, and personal as well as work experience are cited most frequently. Radio and television as well as business associations round out the top five. Combining the print and broadcasts media elevates media to the top position as the number one source of IP information (23%) among those surveyed. Media is closely followed by all mentions of school, which includes both secondary and post secondary institutions.



- As previously stated, access of databases provided by intellectual property offices is extremely limited (2% to 6%), and even among those who do make use of these free resources, between one-in-ten and one-in-five have not used them in the previous 12 months. Among companies that use the free Internet databases offered by various Intellectual Property Offices, between one-third and half of business leaders are unable to identify which, if any, their company had consulted with in the last 12 months. Canadian patent (36%), copyright (33%), industrial design (29%), and trademark (28%) databases were the most frequently accessed by around three-in-ten respondents.
- Although commercially provided intellectual property databases are used for product development or competition monitoring more so than those from IP Offices, they are still only accessed by a small minority (14%). Information on trademarks is the most frequently cited IP query by three-in-ten (30%) respondents. Commercial databases are consulted by one-in-five (22%) for industrial designs, one-in-six (16%) for copyrights and one-in-ten (11%) for patents.
- If they needed general information about intellectual property, one-quarter (24%) of senior decision makers do not know who they would consult, one-quarter (24%) would do an Internet search and one-in-five (20%) would consult a lawyer. A lawyer is the preferred source of expert advice about intellectual property for two-in-five (40%) business leaders. However, over one-quarter (29%) were unsure of whom to consult.
- Almost half (46%) of senior decision makers felt that either a website or the internet was the most useful way CIPO could provide them with information about IP. Trade shows were given the nod by one-quarter (25%) of business leaders, and brochures mailed to their business were considered useful by one-in-five (20%).
- When asked how the Government of Canada could best support their intellectual property information needs half (51%) of business executives were unable to respond. One in ten (11%) suggested a website.

For more information please call 1-866-997-1936 or email us at: cipo.contact@ic.gc.ca.



3. Contexte

L'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC), un organisme de service spécial d'Industrie Canada, est chargé d'administrer le régime de la propriété intellectuelle (PI) au Canada, notamment en ce qui concerne les brevets, les marques de commerce, les droits d'auteur, les dessins industriels et les topographies de circuits intégrés.

Les principales fonctions de l'OPIC se résument comme suit :

- évaluer les demandes relatives à la PI et concéder les droits connexes;
- diffuser l'information technique relative à ces créations pour permettre à d'autres inventeurs de s'inspirer des inventions existantes;
- encourager l'invention, l'innovation et la créativité au Canada;
- donner aux autres pays des conseils spécialisés sur l'administration de la PI;
- promouvoir les intérêts internationaux du Canada en matière de PI.

Plus particulièrement, l'OPIC reçoit et examine des demandes de marques de commerce, de brevets, de droits d'auteur, de dessins industriels et de topographies de circuits intégrés; il concède et enregistre les droits de PI connexes; et en gère le renouvellement, la cession et le transfert. En outre, il supervise le processus relatif aux examens de compétence des agents de brevets et de marques de commerce. Ses principaux clients sont les demandeurs de droits de PI, les agents représentant ces demandeurs, les exploitants de systèmes de PI et les entreprises canadiennes.

L'OPIC diffuse l'information sur la PI au moyen de son site Web (www.opic.gc.ca) et de plusieurs bases de données accessibles au public. Il est chargé de publier le *Journal des marques de commerce* et la *Gazette du Bureau des brevets*; il publie également des guides d'information sur ses produits, des bulletins, des rapports et des communiqués.

Pour encourager et faciliter l'acquisition des droits de PI et l'exploitation de l'information connexe, il a également mis sur pied un programme visant à sensibiliser les gens d'affaires, les inventeurs et les créateurs à l'importance de la PI.



4. Objectifs du programme

La Division de la sensibilisation de l'OPIC avait besoin d'élaborer et de mettre en œuvre un outil de mesure de référence pour aider l'organisme à obtenir une vue d'ensemble sur la sensibilisation, la connaissance et l'utilisation du régime de PI parmi les PME¹, son premier groupe cible, et qui permettrait d'évaluer l'efficacité du Programme de sensibilisation au fil du temps.

Plus précisément, les résultats du sondage indiquent le niveau de sensibilisation, de connaissance et d'utilisation du régime de PI des PME – selon les catégories (brevets, marques de commerce, droits d'auteur, dessins industriels, etc.), selon les zones géographiques et les secteurs d'activité et selon la taille des entreprises. Les résultats du sondage permettront d'établir des comparaisons avec les autres OPI qui poursuivent des activités de sensibilisation. Pour faciliter ces comparaisons, nous avons utilisé, dans la mesure du possible, les mêmes expressions et des questions formulées de la même manière dans le questionnaire d'enquête.

5. Méthodologie : entrevues téléphoniques d'une quinzaine de minutes auprès de 2 100 PME canadiennes

The Strategic Counsel a réalisé pour le compte de l'OPIC 2 106 entrevues téléphoniques d'une durée de quinze minutes environ parmi un échantillon aléatoire de PME établies au Canada. Dans l'ensemble, les résultats du sondage sont précis à +/-2,14 % 19 fois sur 20, pour un niveau de confiance de 95 %. L'échantillon a été stratifié par région et par secteur d'activité, selon les codes de classification à deux chiffres du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN).

¹ Dans ce rapport, on entend par PME les entreprises dont l'effectif est inférieur à 500 employés.



5.1 Plan de sondage

Le tableau qui suit résume notre méthode d'échantillonnage selon les régions/provinces et les codes SCIAN. Les chiffres sont tirés des données du recensement des entreprises 2006 de Statistique Canada.

Tableau 1 : Stratification de l'échantillon

Strate	Nbre total d'entreprises	Taille de l'échantillon (non pondéré)	Marge d'erreur (%)
Atlantique Canada	69 277	300	+/-5,66
Québec	204 578	400	+/-4,93
Ontario	296 836	600	+/-4,00
Manitoba/Saskatchewan	61 295	135	+/-8,43
Alberta	126 075	270	+/-5,96
Colombie-Britannique	139 204	305	+/-5,61
Nord	3 121	90	+/-10,33
Canada	900 386	2 100	+/-2,14
Agriculture, forêts, chasse et pêche	56 950	114	+/-8,94
Industrie minière	9 320	93	+/-10,28
Services publics	1 329	49	+/-13,60
Construction	119 322	211	+/-6,76
Fabrication	60 345	348	+/-5,22
Commerce au détail	134 273	203	+/-6,92
Transport et entreposage	47 924	99	+/-9,79
Services d'information	13 849	58	+/-13,83
Services professionnels, scientifiques et techniques	122 106	350	+/-5,23
Services administratifs et de soutien, de gestion des déchets et de restauration	49 786	97	+/-9,79
Services éducatifs	11 758	47	+/-13,83
Soins de santé	84 186	92	+/-9,79
Arts, spectacles et loisirs	18 543	49	+/-13,84
Hébergement et restauration	74 063	129	+/-8,59
Autres services (sauf administration publique)	96 632	161	+/-8,00
Total	900 386	2 100	+/-2,14



Outre la stratification de l'échantillon par province et par secteur d'activité, nous avons établi des contingents souples selon la taille des entreprises (nombres d'employés) pour faire en sorte que les résultats du sondage correspondent au tissu des PME canadiennes. L'objectif consistait à s'assurer que le nombre d'entrevues réalisées reflète les caractéristiques de la population observée à l'égard de cet indicateur. Le tableau qui suit contient une description complète de la composition démographique des PME de l'échantillon.

Tableau 2 : Profil démographique

		Échantillon total				Échantillon total				Échantillon total		
n=		2106		n=		2106		n=		2106		
		%				%				%		
Nbre d'années en activité				Nbre de demandes de protection de droits de PI au cours des 24 derniers mois				Sexe du répondant				
Moins de 5 ans	12	0	93	Masculin	67	1-2	3	Féminin	33	Langue		
Depuis 5 à 15 ans	40	3-5	1	Anglais	81	6-10	<1	Français	19	Titre		
Depuis 16 à 25 ans	24	11 ou plus	<1	Autre	-	11 ou plus	<1	Président	27	Propriétaire		25
Depuis 26 à 35 ans	14	Nbre d'employés à temps plein		Gérant		14	Directeur		8	Adjoint adm./gérant		3
Depuis plus de 35 ans	10	0	2	Copropriétaire / partenaire		3	Vice-président		3	Autre		3
Lieu du siège social				1 ou 2		29						
Canada	98	De 3 à 5		24								
États-Unis	1	De 6 à 10		17								
Autre	<1	De 11 à 25		14								
		De 26 à 100		10								
		De 101 à 499		3								

Pour choisir les secteurs d'activité qui devait composer notre échantillon, les représentants de The Strategic Counsel et de l'OPIC ont examiné le profil de la clientèle actuelle de l'OPIC avant de définir des contingents souples au niveau national, par province et par secteur d'activité. L'échantillon a été fourni par Dunn and Bradstreet, un chef de file en Amérique du Nord parmi les fournisseurs d'échantillons établis selon la taille des entreprises et les codes SCIAN.

The Strategic Counsel a examiné le questionnaire du sondage avec le concours du groupe responsable de la gestion des relations avec la clientèle (GRC) et de la Division de la sensibilisation en vue de réaliser le sondage



dans les secteurs d'activité convenus. La possibilité d'accroître la taille de l'échantillon des entreprises de 100 à 500 employés a été envisagée lors de l'examen des propositions de sondage mais après mûre réflexion et suite à une discussion avec des représentants de l'OPIC, il a été décidé qu'il était préférable d'écarter cette idée, principalement en raison du manque d'unités d'échantillonnage dans ce groupe. De plus, on a jugé qu'en augmentant la taille de l'échantillon de ce groupe à 700, on risquait d'obtenir des taux de connaissance et de sensibilisation en matière de PI gonflés; en effet, les représentants de PME de plus grande taille ont souvent une meilleure connaissance de la PI. Nous aurions alors été obligés d'appliquer un facteur de pondération à l'ensemble des résultats par taille d'entreprises ainsi que par secteur d'activité et par province; or, une telle pondération aurait été excessive selon les normes et les pratiques reconnues. En outre, The Strategic Counsel a établi des contingents régionaux afin qu'il soit possible d'analyser les résultats au niveau régional. Par ailleurs, sur le plan régional, des contingents ont été établis de manière à respecter la répartition des microentreprises (1 à 4 employés), des petites entreprises (5 à 99 employés) et des moyennes entreprises (100 à 499 employés) canadiennes dans chaque province dans les secteurs du SCIAN retenus.

6. Groupe cible

Le groupe cible pour ce sondage est défini comme suit :

- Entreprises canadiennes ayant un effectif de moins de 500 employés.

6.1 Évaluation préliminaire des répondants

Dès le début de la communication, avant de commencer l'entrevue comme telle, une série de questions préliminaires étaient posées aux répondants pour vérifier s'ils participent toujours ou parfois à la prise de décisions stratégiques dans leur entreprise. Plus précisément, les répondants étaient évalués pour déterminer s'ils prennent part aux décisions stratégiques en matière de promotion, de stratégie de marque, d'image, de développement, de recherche et de commercialisation dans leur entreprise.

6.2 Préparation et pondération des données

Avant l'analyse, les données nationales ont été pondérées par région et par code SCIAN pour s'assurer que les résultats du sondage reflètent le groupe cible et correspondent à la composition démographique de la collectivité des PME canadiennes.



6.3 Analyse des données

Toutes les questions du sondage ont été recoupées avec les indicateurs suivants dans la première étape du processus d'analyse :

- région (tel qu'indiqué dans le tableau 1);
- code SCIAN principal (tel qu'indiqué dans le tableau 1);
- nombre de demandes de droits de PI déposées;
- nombre d'employés;
- niveau de connaissance de la PI;
- niveau de connaissance des différentes catégories de PI, à savoir les brevets, les marques de commerce, les droits d'auteur, les dessins industriels et les secrets commerciaux;
- le niveau d'activité de recherche et développement.

D'autres indicateurs ont été utilisés à l'étape de l'analyse à deux variables mais les catégories qui précèdent sont étroitement liées à l'objet et à la finalité de la recherche.

D'autres méthodes d'analyses ont été utilisées pour déterminer le niveau de connaissance dans le groupe cible, par exemple l'analyse de corrélation et l'analyse par segmentation ou analyse en classification automatique à K moyennes.



6.4 Profil démographique

Profil démographique des répondants

- Les entreprises qui ont répondu au sondage sont également réparties entre les entreprises bien établies qui sont en activité depuis 16 ans ou plus (48 %) et les plus jeunes entreprises en activité depuis 15 ans ou moins (40 %). Les nouvelles entreprises en activité depuis moins de cinq ans représentent environ un dixième (12 %) de l'échantillon.
- Presque toutes les entreprises (98 %) sont canadiennes.
- Plus de neuf entreprises sur dix (93 %) déclarent qu'elles n'ont déposé aucune demande de protection de droits de PI auprès de l'OPIC au cours des 24 derniers mois. Parmi celles qui en ont déposées, les trois-quarts ont déposé une ou deux demandes.
- Plus de la moitié (55 %) des entreprises sont de très petites entreprises de cinq employés ou moins. Les entreprises qui possèdent un effectif de 100 à 500 employés sont très peu nombreuses (3 %).
- Le répondant était président, propriétaire ou associé de l'entreprise dans un peu plus de la moitié (55 %) des cas seulement.
- À peine plus d'un dirigeant d'entreprise sur cinq (22 %) déclarent que leur entreprise mène des activités de recherche et développement (R-D). De ce nombre, 3 sur 10 (30 %) affirment que leur entreprise est active dans le domaine de la R-D et 3 sur 10 déclarent le contraire. Les 41 % restants déclarent que leur niveau d'activité de R-D est moyen.
- Il n'existe aucun enjeu commun pour l'ensemble des entreprises aujourd'hui. Les hauts cadres ont fait état d'un large éventail de défis. Les problèmes de ressources humaines et de capitaux/financement arrivent à égalité (à 16 %) en tête de liste parmi les préoccupations des entreprises sur le plan national. Les problèmes de ressources humaines figurent au premier rang dans les provinces de l'Ouest et du Nord. Attirer de nouveaux clients (9 %) et retenir la clientèle (8 %) sont les grandes priorités pour un peu moins de une entreprise sur dix à l'échelle nationale mais ces enjeux sont les principales préoccupations des répondants québécois. Les questions opérationnelles (6 %), la concurrence (5 %) et les ventes/la croissance (5 %) sont les grands problèmes d'une PME sur vingt au Canada.



7. Principal enjeu pour les entreprises

➤ **La PI et les questions connexes ne sont pas le principal enjeu pour les PME canadiennes.**

On a demandé à tous les répondants d'indiquer quel était le principal enjeu pour leur entreprise aujourd'hui.

Tableau 3 : Principal enjeu pour les entreprises

		Échantillon total	
		n=	2106
			%
Ressources humaines			16
Capitaux/financement			16
Attirer de nouveaux clients			9
Service à la clientèle/rétention des clients			8
Questions opérationnelles			6
Concurrence			5
Ventes/croissance			5
Fiscalité			4
Questions économiques			4
Bureaucratie/réglementation du gouvernement			4
Demande			3
Approvisionnement			2
Production			2
Commerce international/taux de change			2
Commercialisation			2
Prix des carburants/de l'énergie			1
Autre			5
Aucun / aucun enjeu			2
N.S.P./S.O./refuse de répondre			5

Q.1 Quel est l'enjeu le plus important pour votre entreprise aujourd'hui?
Base : Échantillon total (n = 2 106)

À l'échelle nationale, les cinq enjeux les plus fréquemment mentionnés sont les problèmes de ressources humaines (16 %), les problèmes de capitaux/financement (16 %), la difficulté d'attirer de nouveaux clients (9 %), la rétention des clients et le service à la clientèle (8 %) et les questions opérationnelles (6 %).



On peut constater des écarts de réponse entre les différentes sous-catégories dans les groupes observés. Le tableau qui suit souligne les écarts de réponse entre les régions.

Tableau 4 : Écarts régionaux concernant les principaux enjeux

		CIPO  OPIC		The Strategic Counsel 		
Les principaux enjeux varient beaucoup d'une région à l'autre						
Les deux réponses qui arrivent en tête de liste dans chaque région apparaissent en rouge.						
	Atlantique Canada	Québec	Ontario	Manitoba Saskatchewan	Alberta	Colombie-Britannique Nord
n=	162	479	694	143	295	333
	%					
Ressources humaines	15	6	13	21	32	23
Concurrence	5	7	7	6	2	2
Approvisionnement	1	1	1	2	3	3
Demande	6	2	2	5	3	4
Production	1	3	1	-	2	2
Fiscalité	5	2	7	7	3	4
Questions opérationnelles	5	9	6	4	5	5
Attirer de nouveaux clients	8	20	6	3	4	5
Service à la clientèle/rétention des clients	5	16	6	4	5	5
Capitaux/financement	18	11	19	21	12	16
Ventes/croissance	3	6	7	3	6	3
Questions économiques	4	3	4	7	3	3
Commerce international/taux de change	2	1	2	2	2	<1
Prix des carburants/de l'énergie	3	1	2	1	1	2
Bureaucratie/réglementation du gouvernement	6	1	5	3	3	5
Commercialisation	2	1	2	1	2	2
Autre	3	4	5	4	5	9
Aucun / pas d'enjeu	1	1	2	1	4	1
N.S.P./S.O./refuse de répondre	7	9	5	6	3	5

Q.1 Quel est l'enjeu le plus important pour votre entreprise aujourd'hui?
Base : Échantillon total (n = 2 106)

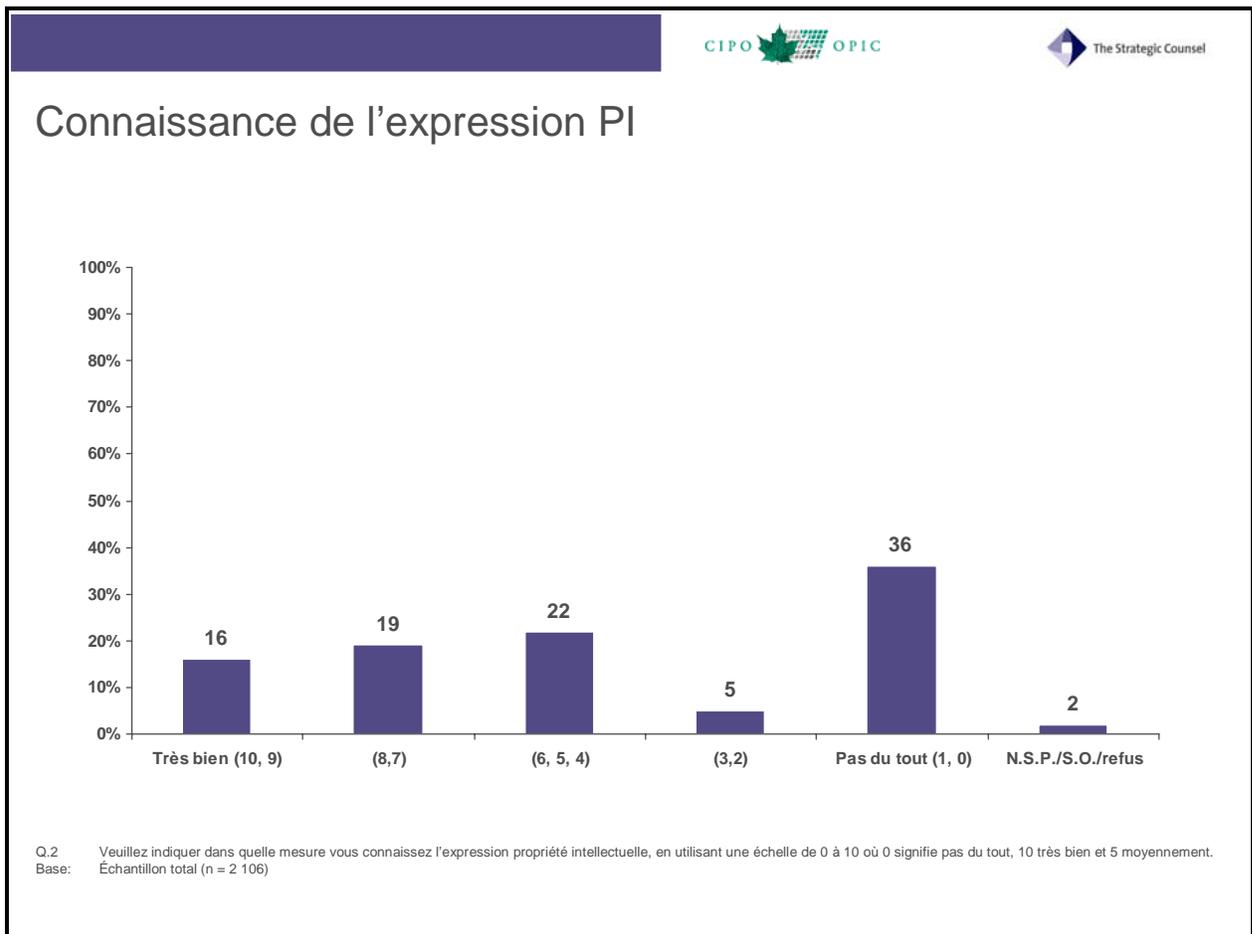


8. Connaissance de l'expression PI

- En général, le niveau de connaissance de l'expression PI est faible parmi les personnes interrogées. Ceci dit, les hauts responsables dans les secteurs d'activité visés démontrent une meilleure connaissance de cette expression que les autres. Dans les régions métropolitaines canadiennes de Toronto, de Montréal et de Vancouver, le pourcentage de répondants qui déclarent bien connaître l'expression PI est notablement plus élevé que la moyenne nationale.

Tous les répondants ont été invités à indiquer sur une échelle de 0 à 10 quel était leur niveau de connaissance de l'expression PI. Pour faciliter l'analyse, les répondants qui ont déclaré un niveau de connaissance de 0 à 3 ont été regroupés dans la catégorie « pas du tout », les répondants qui ont déclaré un niveau de 4 à 6 ont été regroupés dans la catégorie « moyennement » et ceux qui ont déclaré un niveau de 7 à 10 ont été classés dans la catégorie « très bien ». Quelle est la différence entre un niveau de connaissance « relativement bien » et « très bien »?

Tableau 5 : Connaissance de la propriété intellectuelle



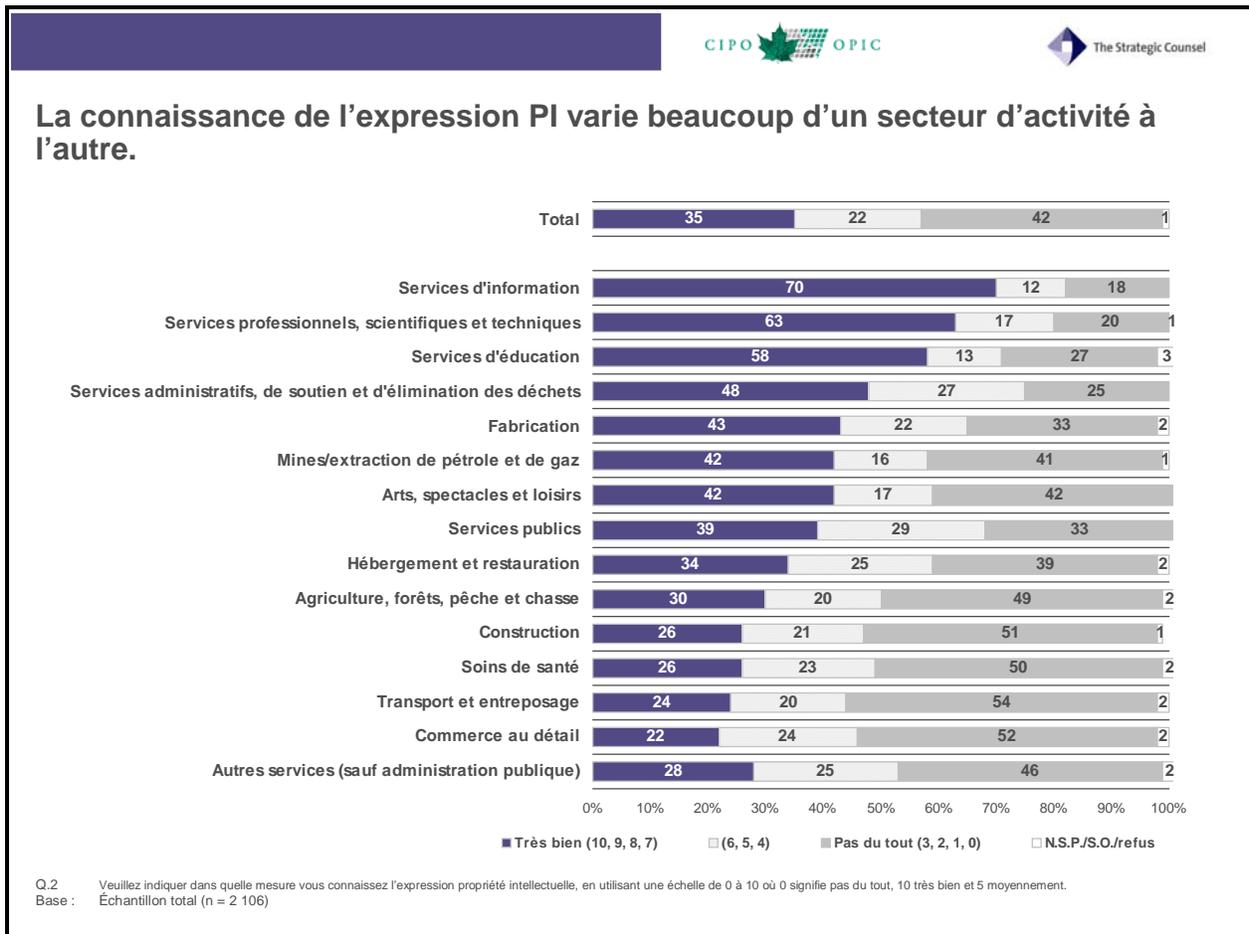


À l'échelle nationale, de nombreuses PME (41 %) déclarent qu'elles ne connaissent « pas du tout » (de 0 à 3 sur une échelle de 10) l'expression PI. Par comparaison à la moyenne nationale, un grand nombre de PME dans les grands centres urbains canadiens, à savoir Toronto (44 %), Montréal (42 %) et Vancouver (41 %), affirment qu'elles connaissent très bien l'expression PI.

Le pourcentage de PME qui déclarent très bien connaître l'expression PI est élevé parmi les entreprises de 26 à 100 employés à temps plein (51 %) et notablement plus élevé parmi les entreprises dotées d'un effectif de 101 à 499 employés (61 %).

Comme on peut le constater dans le tableau 6, les répondants qui travaillent dans certains secteurs d'activité déclarent un meilleur niveau de connaissance que les autres. Les niveaux de connaissance les plus élevés sont observés dans les secteurs suivants : services d'information et services culturels (70 %), services professionnels, scientifiques et techniques (63 %), services éducatifs (58 %), services administratifs et de soutien, de gestion des déchets et de restauration (48 %), fabrication (43 %), mines et extraction de pétrole et de gaz (42 %), arts et spectacles (42 %).

Tableau 6 : Connaissance de la propriété intellectuelle par secteur industriel





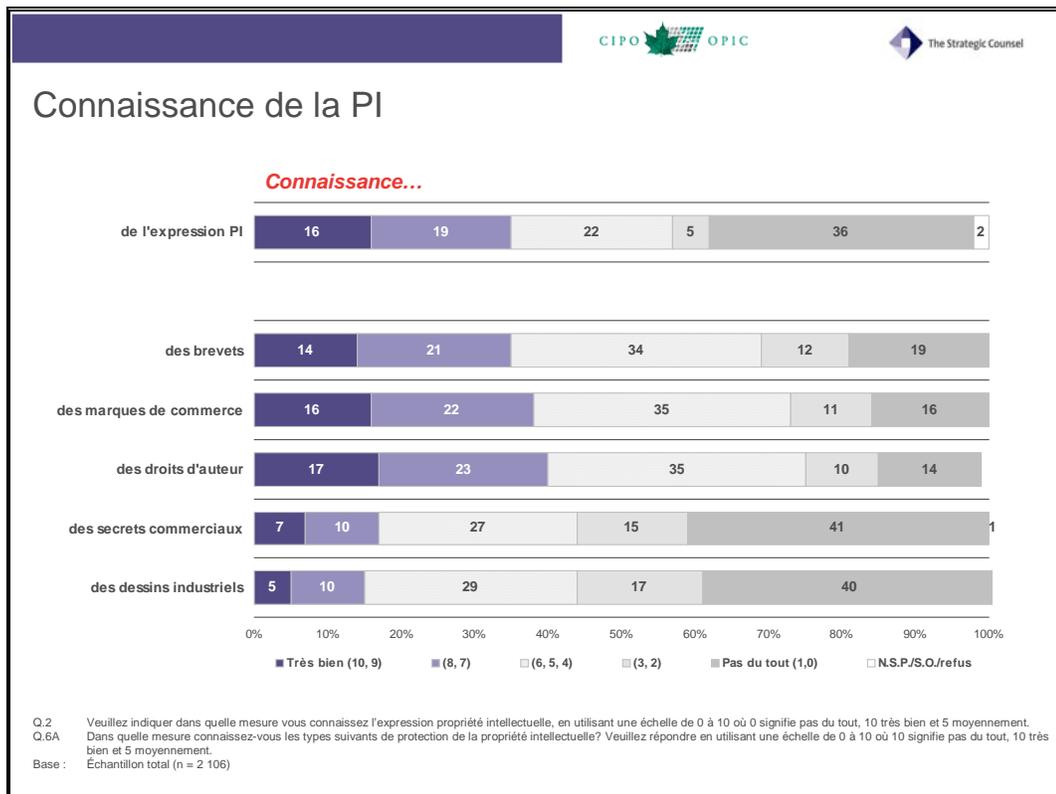
Comme il fallait s’y attendre, le niveau de connaissance de la PI en général est plus élevé parmi ceux qui déclarent très bien connaître (soit ceux qui se sont attribués une note de 7 à 10 sur une échelle de 10) les différents types de protection des droits de PI. Par exemple, ceux qui déclarent très bien connaître les secrets commerciaux (59 %), les dessins industriels (57 %), les brevets (53 %), les marques de commerce (52 %) et les droits d’auteur (52 %) s’attribuent un niveau de connaissance plus élevé de la PI en général. Autrement dit, il existe une corrélation positive entre le niveau de connaissance de l’expression PI et des différentes catégories de PI.

Enfin, seulement 22 % des entreprises poursuivent des activités de R-D mais le niveau de connaissance de l’expression PI parmi ces dernières est plus élevé (56 %), comparativement aux entreprises qui n’ont pas d’activité de R-D (29 %). Cette constatation est d’autant plus vraie pour les entreprises qui sont très actives en R-D, par exemple celles qui s’attribuent une note de 7 à 10 sur une échelle de 10 pour leurs activités de R-D.

8.1 Niveau de connaissance des différents types de protection des droits de la PI

Les répondants étaient invités à évaluer leur niveau de connaissance de l’expression PI mais aussi des différents types de protection des droits de la PI – droits d’auteur, marques de commerce, brevets, secrets commerciaux et dessins industriels.

Tableau 7 : Connaissance de la propriété intellectuelle





Le niveau de connaissance que les répondants déclarent avoir des différents types de protection des droits de la PI est moyen.

- Dans l'ensemble, le niveau de connaissance déclaré parmi les groupes cibles en ce qui a trait aux droits d'auteur (40 %), aux marques de commerce (38 %) et aux brevets (35 %) est moyen et ces taux correspondent aux niveaux de connaissance déclarés relativement à l'expression PI.
- Globalement, le niveau de connaissance déclaré parmi les groupes cibles concernant les secrets commerciaux (17 %) et les dessins industriels (15 %) est faible.

Pour résumer, le niveau de connaissance de l'expression PI est associé au niveau de connaissance des trois grands types de protection des droits de la PI – droits d'auteur, brevets et marques de commerce. Bien que l'on puisse observer la même tendance pour les dessins industriels et les secrets commerciaux, la relation est moins forte que pour les types de protection de la PI plus répandus ou plus classiques.

8.1.1 Niveau de connaissance déclaré – Brevets, marques de commerce, droits d'auteur, dessins industriels et secrets commerciaux

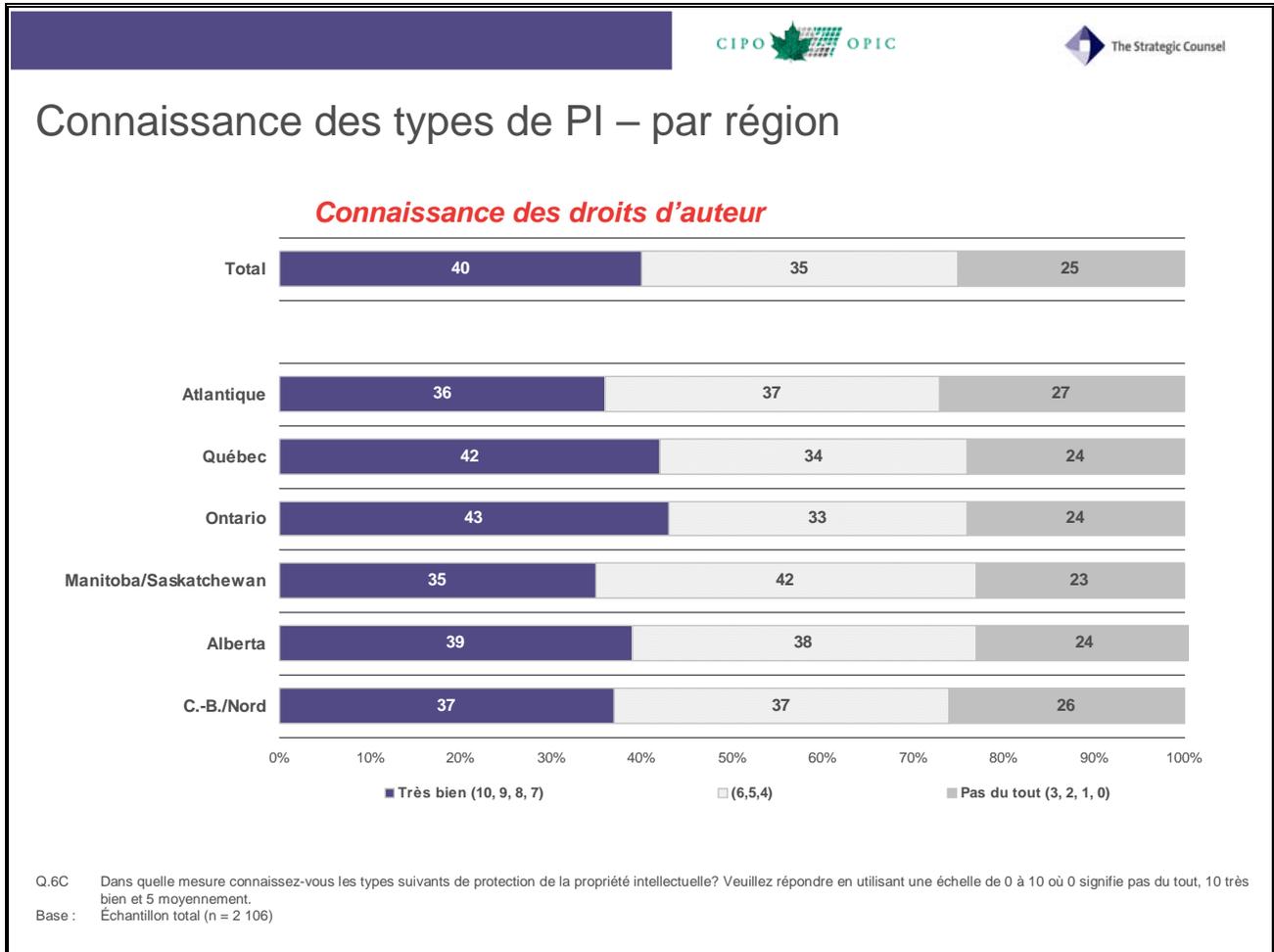
Comme pour l'expression PI, tous les répondants ont été invités à évaluer leur niveau de connaissance des brevets, des marques de commerce, des droits d'auteur, des dessins industriels et des secrets commerciaux. Cette fois encore, pour les fins de l'analyse, les répondants qui ont déclaré un niveau de connaissance de 0 à 3 ont été regroupés dans la catégorie « pas du tout », les répondants qui ont déclaré un niveau de 4 à 6 ont été regroupés dans la catégorie « moyennement » et ceux qui ont déclaré un niveau de 7 à 10 ont été classés dans la catégorie « très bien ».



8.1.2 Protection du droit d’auteur

Un grand nombre de répondants déclarent très bien connaître les droits d’auteur (40 %) tandis que 35 % des répondants affirment avoir une connaissance moyenne et 25 % ne pas connaître du tout les droits d’auteur.

Tableau 8 : Autoévaluation de la connaissance de la protection conférée aux droits d’auteur

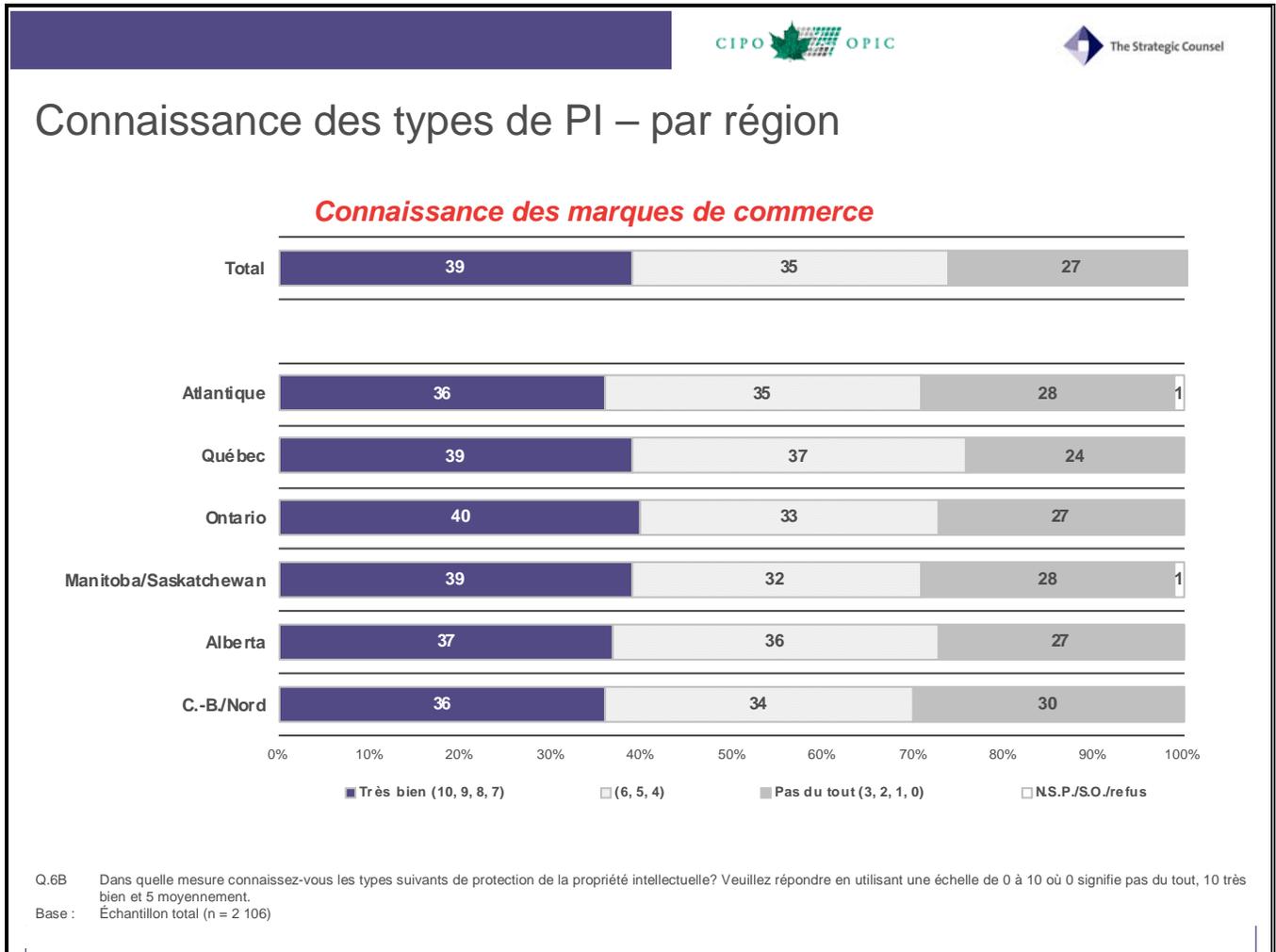




8.1.3 Protection des marques de commerce

Trente-huit pour cent (38 %) des répondants déclarent avoir une très bonne connaissance de la protection des marques de commerce, 35 % estiment connaître un peu ou moyennement les marques de commerce tandis que 27 % affirment ne pas connaître ce type de PI.

Tableau 9 : Niveau de connaissance déclaré des marques de commerce par région

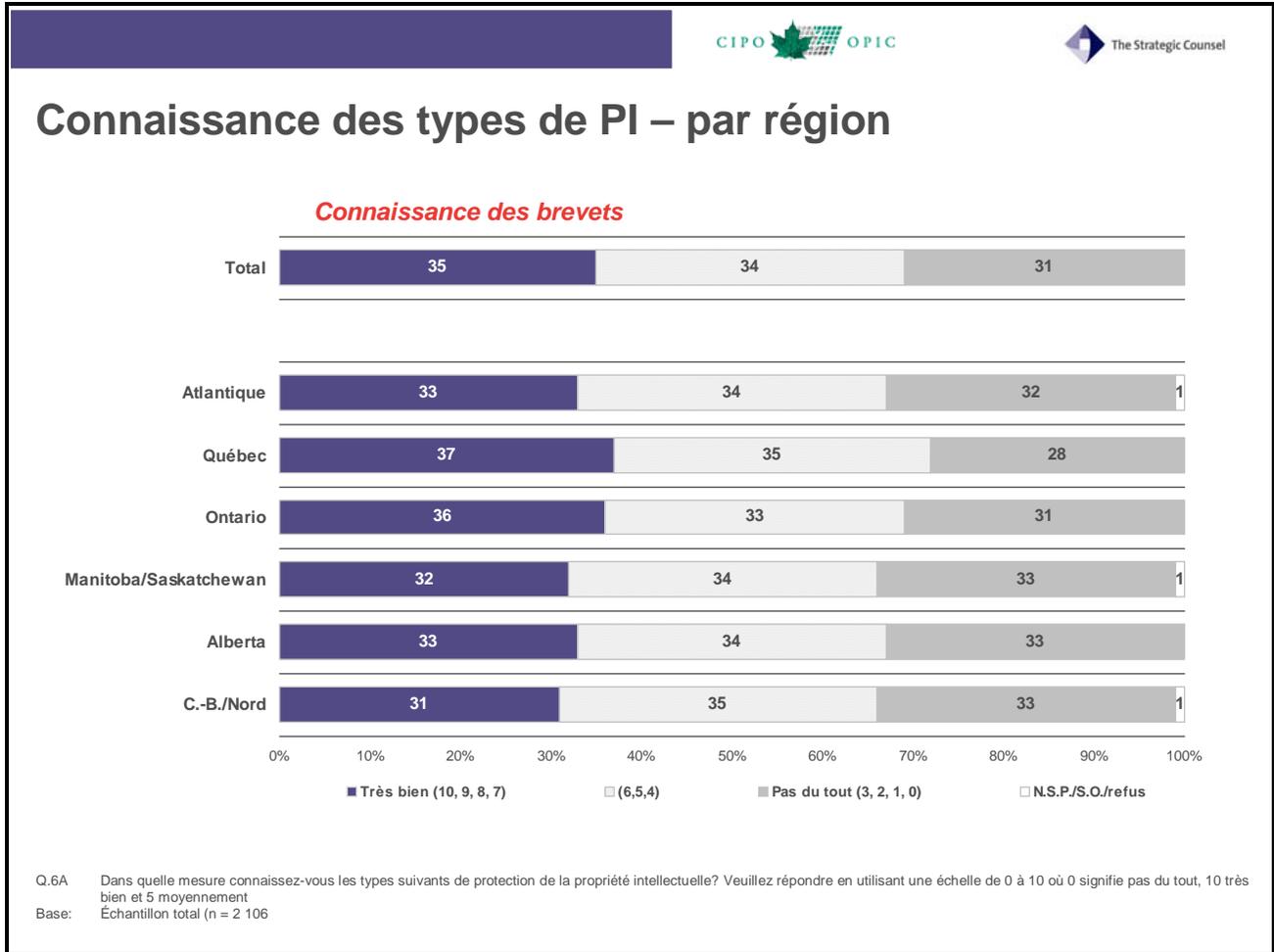




8.1.4 Protection des brevets

Une légère majorité de répondants (35 %) déclarent avoir une bonne connaissance des brevets, 34 % estiment connaître un peu ou moyennement les brevets alors que 31 % indiquent ne pas connaître du tout ce type de PI.

Tableau 10 : Niveau de connaissance déclaré des brevets par région

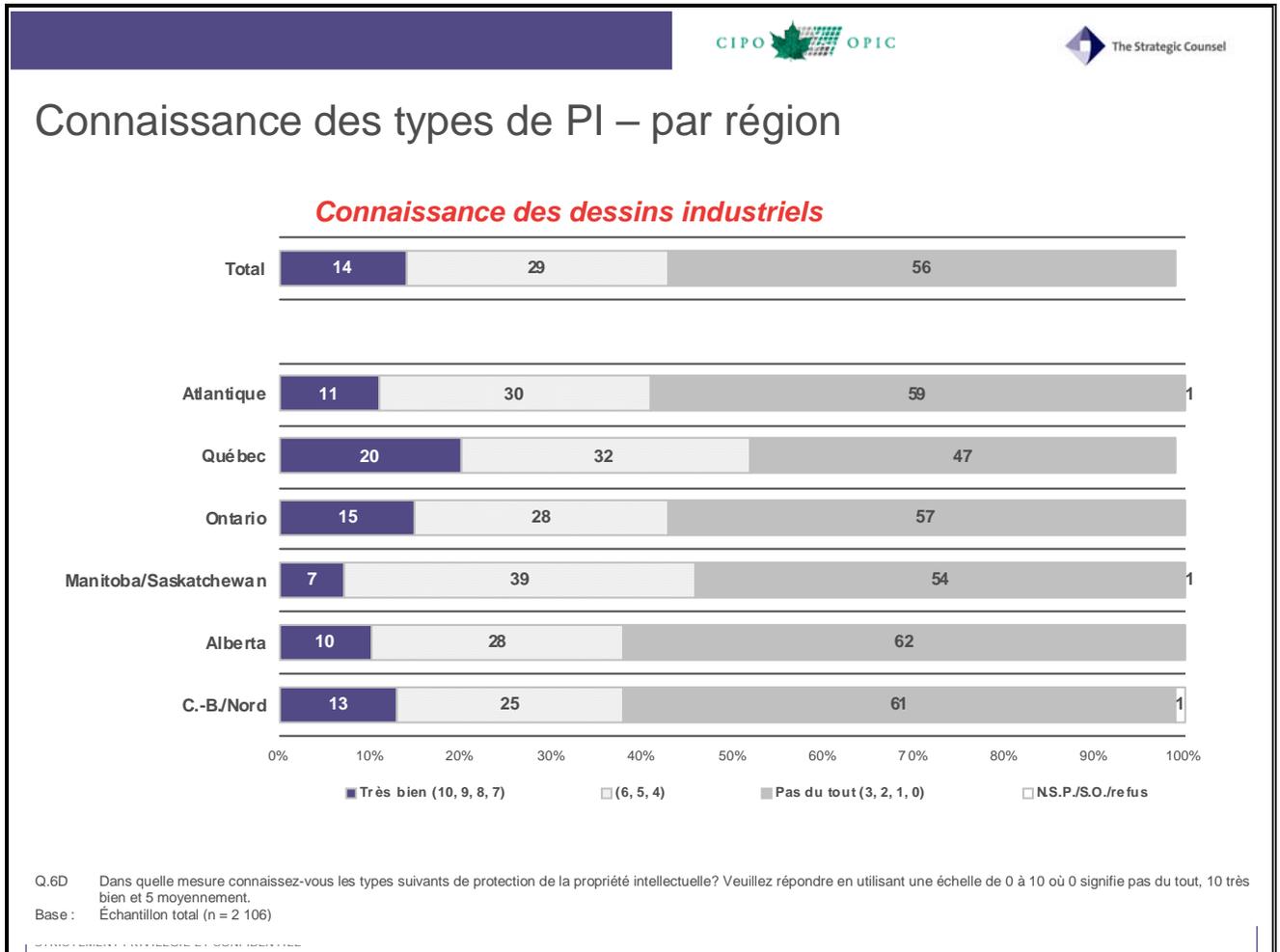




8.1.5 Protection des dessins industriels

Une faible proportion de répondants (14 %) déclarent très bien connaître les dessins industriels, 29 % affirment qu'ils connaissent moyennement les dessins industriels alors qu'ils sont 56 % à estimer ne pas connaître du tout ce type de PI. Enfin, un pour cent des personnes interrogées ont répondu « je ne sais pas ».

Tableau 11 : Niveau de connaissance déclaré des dessins industriels par région

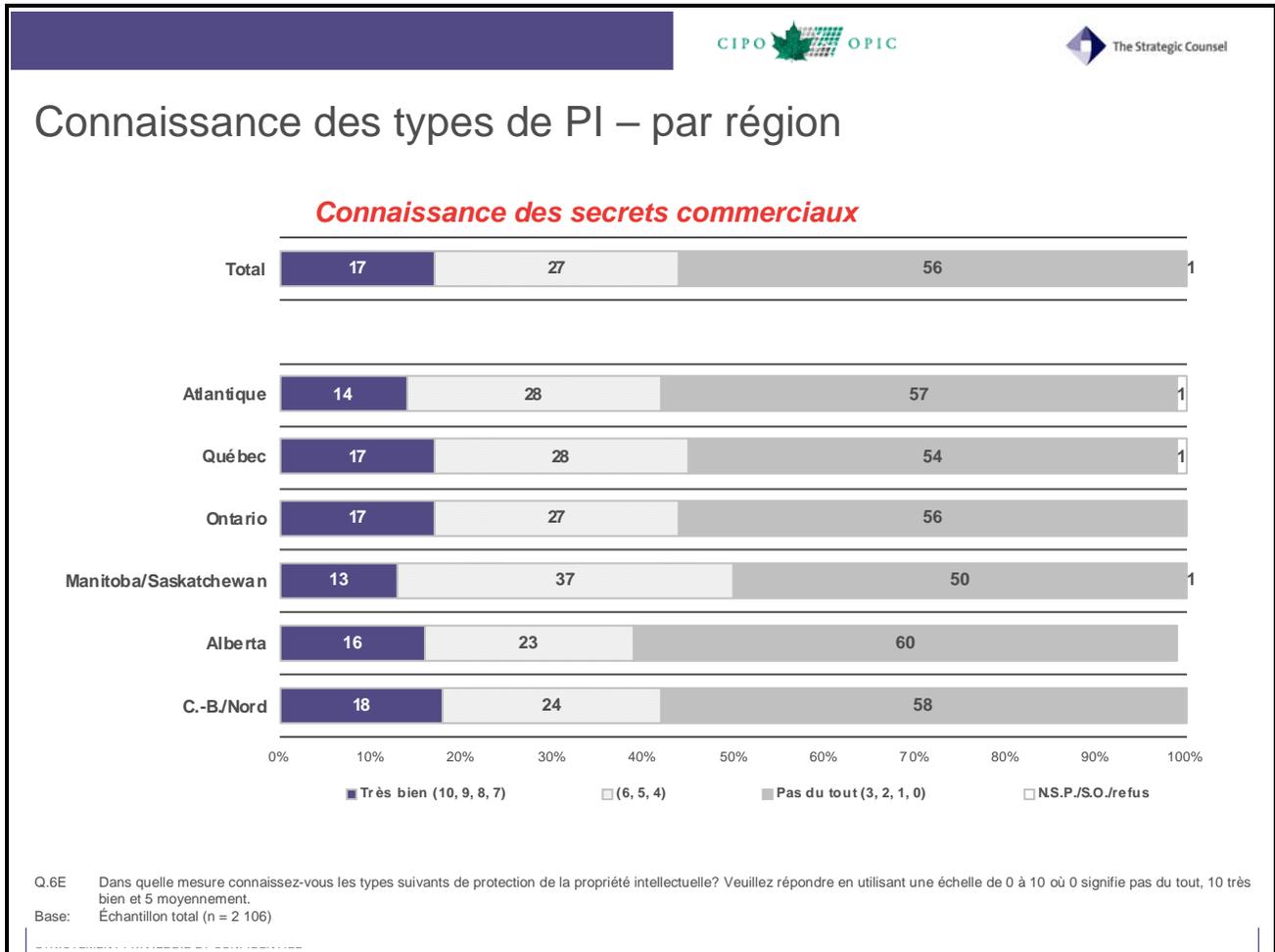




8.1.6 Secrets commerciaux

Une minorité de répondants (17 %) déclarent avoir une bonne connaissance des secrets commerciaux tandis que 27 % estiment avoir une connaissance moyenne et 56 % affirment ne pas connaître du tout ce type de protection. Comme dans le cas des dessins industriels, un pour cent des personnes interrogées ont répondu « je ne sais pas ».

Tableau 12 : Niveau de connaissance déclaré des secrets commerciaux par région





9. Principales associations avec l'expression PI

- Parmi les répondants qui déclarent avoir une connaissance moyenne ou une bonne connaissance de l'expression PI, les principales idées associées à l'expression PI concernent essentiellement les thèmes et les mots qui ont un certain lien avec cette expression.

On a demandé aux répondants qui déclarent connaître moyennement ou très bien connaître l'expression PI de dire qu'elle était la première chose qui leur vient à l'esprit lorsqu'ils entendent l'expression PI.

Tableau 13 : Principales associations dans le domaine de la propriété intellectuelle

Tableau 13 : Principales associations dans le domaine de la propriété intellectuelle	
n=	Échantillon total 1 200
	%
Idées / information / connaissance / recherche	17
Droit d'auteur	10
Renseignement / gens du renseignement	9
Propriété	7
Brevets	7
Logiciels / ordinateurs / technologie	6
Œuvres littéraires, musicales et artistiques	5
Création / invention / produit développé	5
Marques de commerce / image de marque	3
Biens / actifs	3
Ressources humaines / personnes / dirigeants	3
Droits	2
Sécurité / protection / vie privée	2
Avocats / problèmes juridiques / documents juridiques	1
Vol / malhonnêteté / fraude	1
Rien	4
Autre	7
Ne sais pas / sans objet / refus de répondre	9

Q.2A Nous cherchons vos points de vue, vos attitudes et vos impressions. Quand vous entendez l'expression propriété intellectuelle, qu'est-ce qui vous vient à l'esprit en premier?
Base : Les répondants ayant évalué leur connaissance de l'expression propriété intellectuelle selon une cote de 4 à 10 (n = 1 200)

Mentionnons que la majorité des répondants associent l'expression PI à la notion idées/information/ connaissance/ recherche (17 %) et aux expressions et notions suivantes, liées ou non à la PI : droits d'auteur (10 %), renseignement ou gens du renseignement (9 %), propriété (7 %), brevets (7 %), logiciels/ ordinateurs/technologie (6 %) et œuvres littéraires, musicales et artistiques (5 %).

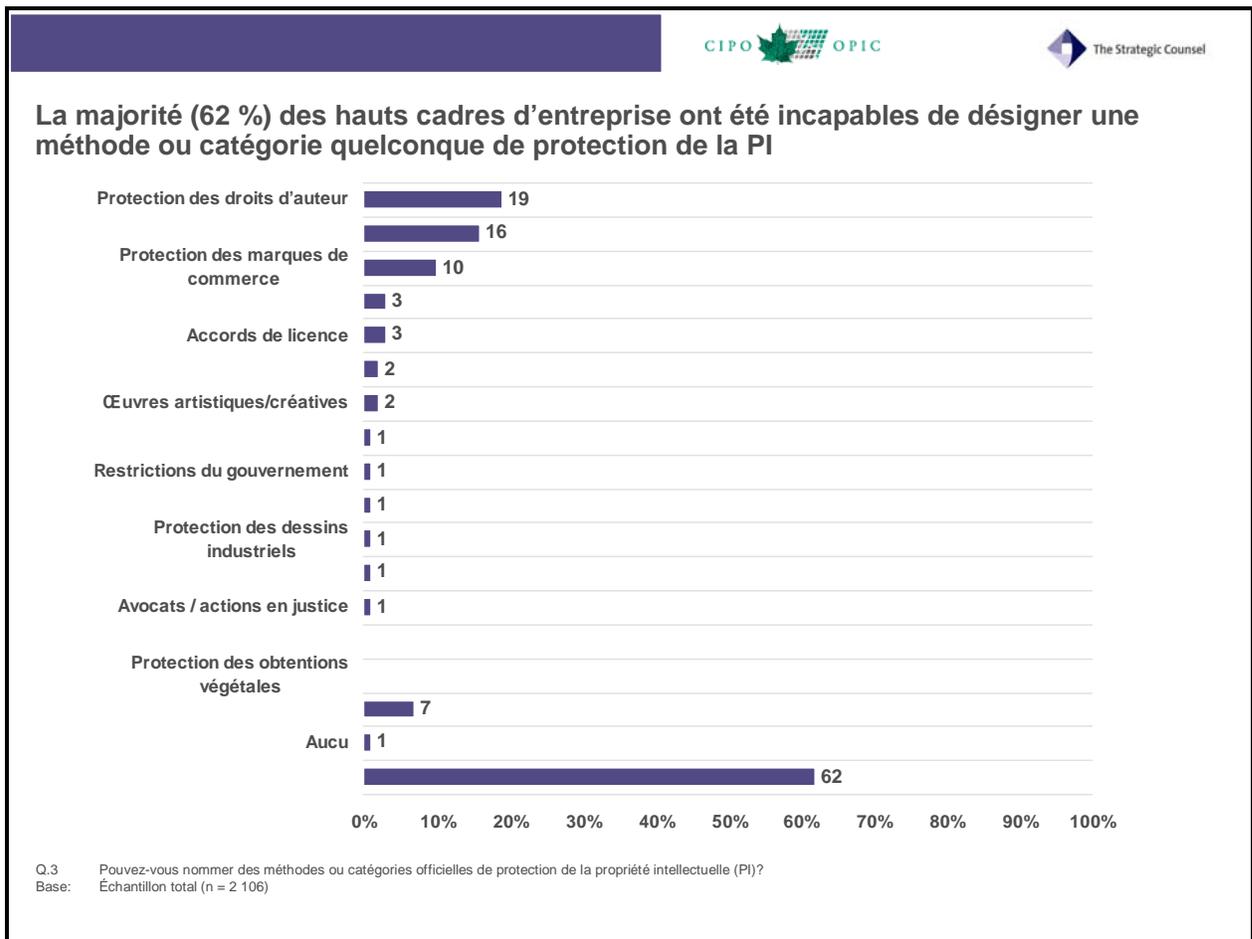


9.1 Connaissance des méthodes ou des catégories de protection des droits de PI

➤ **La plupart (62 %) des répondants sont incapables de désigner une forme quelconque de PI.**

Tous les répondants ont été invités à nommer, s'ils le pouvaient, des méthodes ou des catégories officielles de protection des droits de PI.

Tableau 14 : Désignation de formes de protection officielles des droits de PI



La majorité des répondants (62 %) affirment qu'ils ne sont pas en mesure de nommer une méthode ou une catégorie de protection des droits de PI. Néanmoins, près de deux répondants sur dix (19 %) ont été capables de nommer une ou plusieurs méthodes ou formes officielles de protection de la PI. La catégorie la plus fréquemment mentionnée est les droits d'auteur, suivie de près par les brevets (16 %), les marques de commerce (10 %), les accords de licence (3 %), les secrets commerciaux (1 %), les dessins industriels (1 %), les topographies de circuits intégrés (<1 %) et enfin, les obtentions végétales (<1 %).



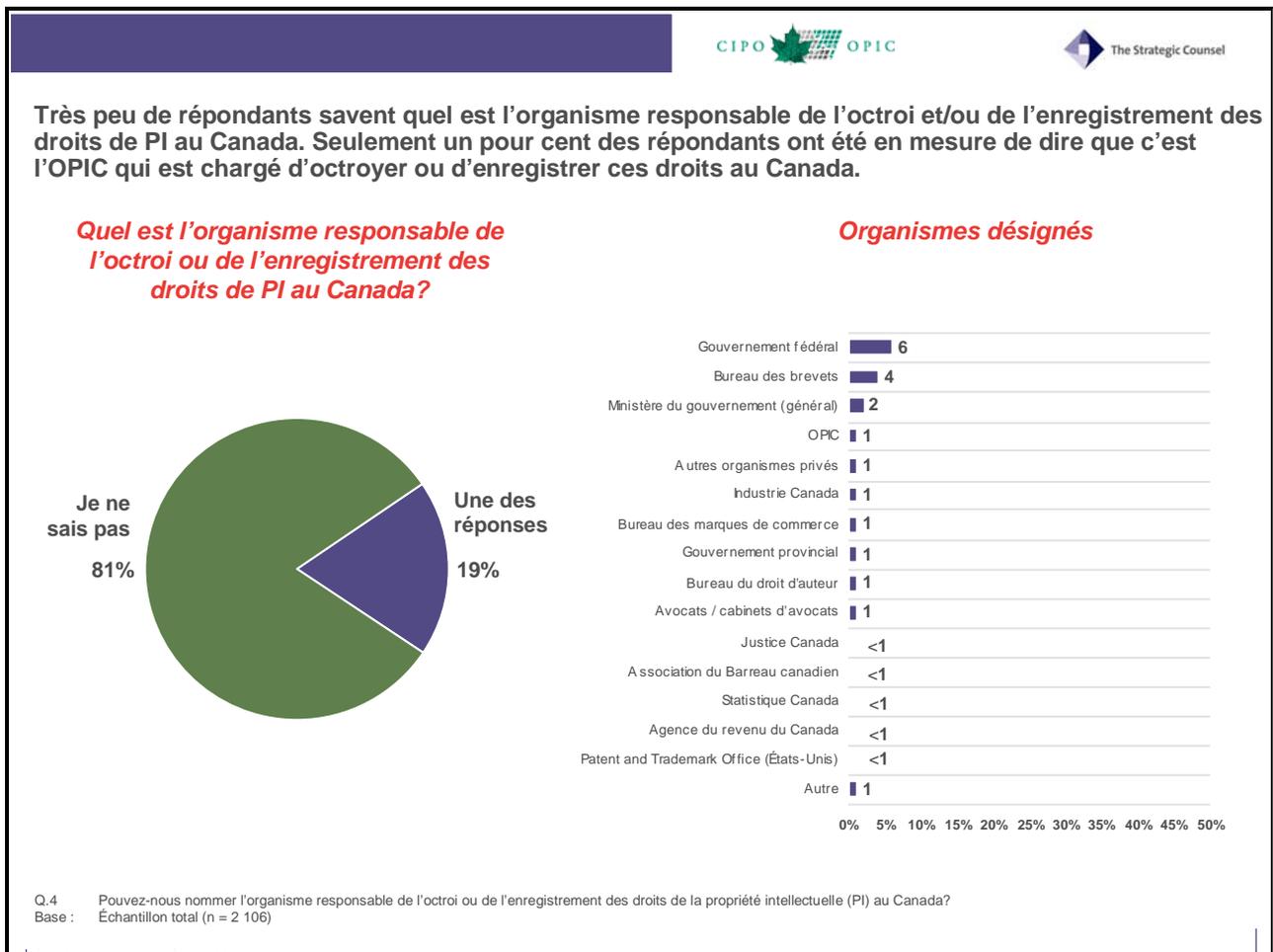
Outre les formes de protection des droits de PI mentionnées plus haut, un faible pourcentage de répondants ont mentionné des produits et des articles précis pouvant faire l'objet d'une protection des droits de PI, y compris dans les catégories logiciels/ordinateurs/technologie (3 %), œuvres artistiques et créatives (2 %) et dénominations sociales (1 %).

10. Connaissance de l'organisme responsable de l'enregistrement ou de l'octroi des droits de PI

La très grande majorité (81 %) des hauts responsables interrogés n'ont pas été en mesure de dire que c'est l'OPIC qui est responsable de l'enregistrement ou de l'octroi des droits de PI au Canada.

Un pour cent des répondants ont été capables de désigner, sans aide, l'OPIC en tant qu'organisme responsable de l'enregistrement ou de l'octroi des droits de PI au Canada. La très grande majorité des PME (81 %) affirment qu'ils ne savent pas quel organisme est responsable de l'enregistrement ou de l'octroi des droits de PI au Canada ou ne sont pas sûrs de connaître la réponse.

Tableau 15 : Organisation responsable de l'octroi de la protection des droits de PI





Certains répondants mentionnent différents OPI lorsqu'ils tentent de désigner l'organisme responsable de l'enregistrement des droits de PI au Canada. Ils nomment les organismes suivants, notamment :

- Bureau des brevets (4 %)
- Bureau des marques de commerce (1 %)
- Bureau du droit d'auteur (1 %)

D'autres répondants semblent savoir que l'enregistrement ou l'octroi des droits de PI est une responsabilité qui relève du gouvernement fédéral au Canada mais ils sont incapables de dire que l'organisme concerné est l'OPIC. Au lieu de l'OPIC, les ministères et organismes fédéraux suivants ont été mentionnés :

- Le gouvernement du Canada en général (6 %)
- Industrie Canada (1 %)
- Agence du revenu du Canada (<1 %)
- Justice Canada (<1 %)
- Statistique Canada (1 répondant)

D'autres répondants semblent être au courant que la responsabilité de l'enregistrement ou de l'octroi des droits de PI relève du « gouvernement » mais ils ne sont pas sûrs du niveau de gouvernement ni du ministère responsable. Tant le « gouvernement » (2 %) que le gouvernement provincial respectif des répondants (1 %) ont été mentionnés.

Voici d'autres réponses inexactes mentionnées :

- Organismes privés (1 %)
- United States Patent and Trademark Office (<1 % [4 répondants])
- Avocats/cabinets d'avocats (1 % [11 répondants])
- Association du Barreau canadien (<1 % [2 répondants])

Enfin, 1 % des répondants ont désigné d'autres organismes qui ne sont pas mentionnés plus haut tandis que 1 % n'ont pas répondu à la question.



11. Connaissance de l'OPIC par comparaison à d'autres organismes

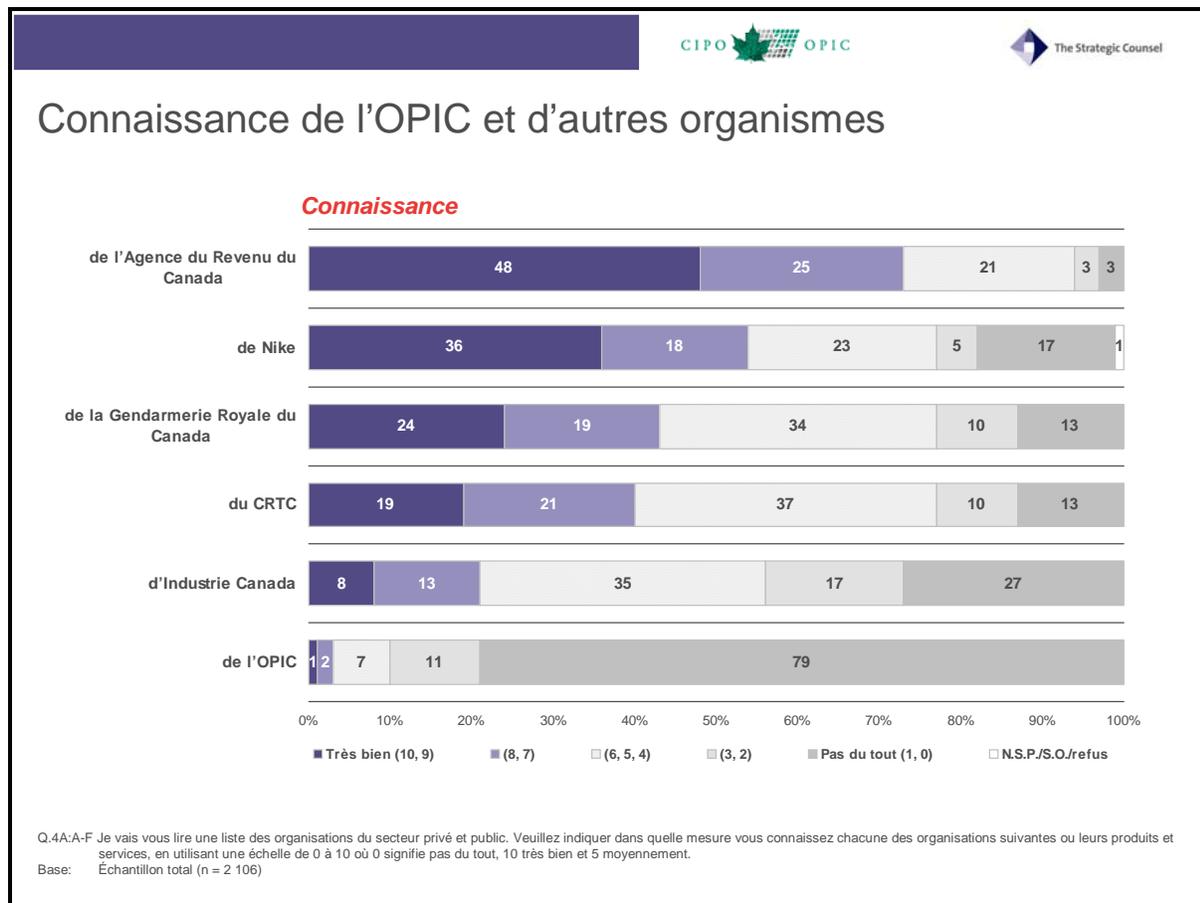
La grande majorité (90 %) des hauts responsables interrogés déclarent ne pas connaître du tout l'OPIC.

On a demandé à tous les répondants d'évaluer leur niveau de connaissance de différents organismes, dont l'OPIC, sur une échelle de 0 à 10. Pour les fins de l'analyse, les répondants qui ont déclaré un niveau de connaissance de 0 à 3 ont été regroupés dans la catégorie « pas du tout », ceux qui ont déclaré un niveau de 4 à 6 ont été regroupés dans la catégorie « moyennement » et ceux qui ont déclaré un niveau de 7 à 10 ont été classés dans la catégorie « très bien ».

Voici la liste des organismes visés :

- Industrie Canada
- Agence du revenu du Canada (ARC)
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)
- Office de la propriété intellectuelle du Canada
- Gendarmerie Royale du Canada (GRC)
- Nike

Tableau 16 : Connaissance de l'OPIC et d'autres organismes





Parmi les PME interrogées, on observe que les organismes suivants sont les mieux connus : ARC (72 % des répondant déclarent un niveau de connaissance de 7 à 10 sur une échelle de 0 à 10), suivie de Nike (53 %), de la GRC (43 %), du CRTC (40 %), d'Industrie Canada (21 %) et de l'OPIC (3 %).

En ce qui concerne plus particulièrement l'OPIC, la très grande majorité des répondants (90 %) déclarent qu'ils ne connaissent « pas du tout » (niveau de connaissance de 0 à 3 sur une échelle de 10) l'OPIC et ses produits et services. Les autres répondants (10 %) estiment qu'ils connaissent un peu ou moyennement l'OPIC; 7 % d'entre eux s'attribuent un niveau de connaissance de 4 à 6 sur une échelle de 0 à 10 et 3 % affirment connaître très bien l'OPIC ainsi que ses produits et services. On observe très peu d'écarts de réponse, voire aucun, entre les différents sous-groupes concernant cette mesure.

Il existe une corrélation positive entre le niveau de connaissance déclaré de l'expression PI et le niveau de connaissance déclaré de l'OPIC.

Il existe également une relation ou une corrélation positive entre le niveau d'activité de R-D et le niveau de connaissance déclaré relativement à l'OPIC et à ses produits et services.



12. Obstacles au dépôt d'une demande de protection des droits de PI

On a demandé à tous les répondants s'il existe des obstacles au dépôt d'une demande de protection des droits de PI.

Tableau 17 : Obstacles à l'obtention d'une protection des droits de PI

 				
Obstacles au dépôt d'une demande de protection des droits de PI				
	Brevets	Droits d'auteur	Marques de commerce	Dessins industriels
n =	2 106	2 106	2 106	2 106
	%	%	%	%
Coût	11	6	8	6
Manque d'information/trop de recherche exigée	4	3	3	2
Processus compliqué	3	2	2	1
Délais/processus long	3	2	2	2
Sécurité/vol d'idée/espionnage/copie	2	2	1	2
Intégrité de la protection des droits de PI	2	1	1	1
Bureaucratie	2	1	2	1
Valeur	1	<1	1	<1
Autre (non précisé)	1	1	1	1
Aucun	29	32	31	28
Ne sais pas / sans objet / refus de répondre	46	50	49	55

Q.9A-D À votre avis... quel est l'obstacle le plus sérieux à l'enregistrement des brevets/droits d'auteur/marques de commerce/dessins industriels?
Base : Échantillon total (n = 2 106)

Selon les personnes interrogées, les obstacles perçus qui nuisent au dépôt d'une demande de protection des droits de PI sont rares. Que la question concerne les brevets (75 %), les droits d'auteur (81 %), les marques de commerce (80 %) ou les dessins industriels (83 %), la grande majorité des répondants sont incapables de nommer un obstacle important au dépôt d'une demande de protection des droits de PI.

Parmi les obstacles mentionnés, le coût est le plus souvent cité à l'égard des brevets pour toutes les formes de protection des droits de PI examinées. Un deuxième obstacle concerne l'information – les répondants indiquent qu'ils ne disposent pas de renseignements suffisants ou au contraire, qu'il existe trop d'information pour effectuer une recherche sur le sujet.

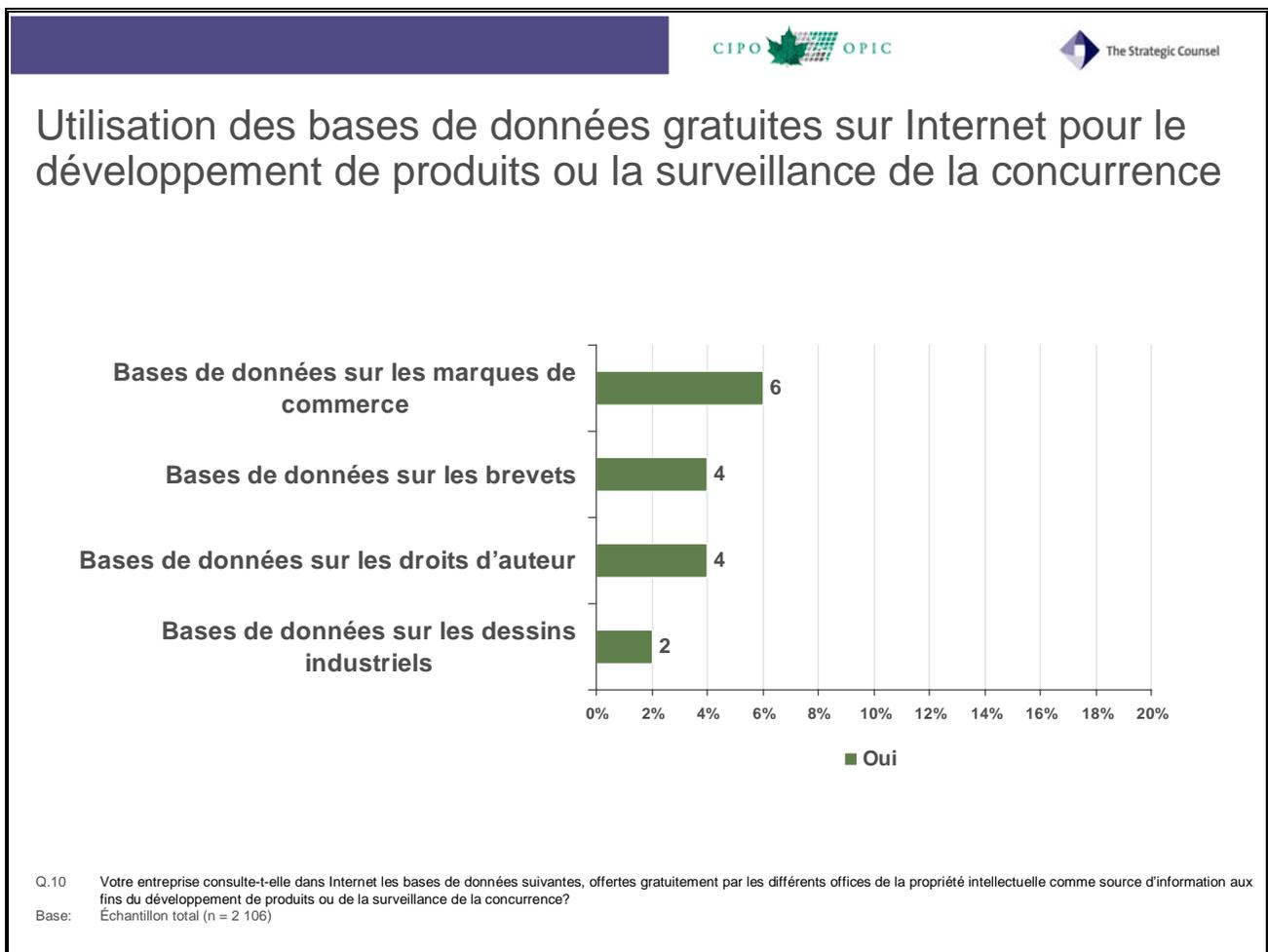


Un plus grand pourcentage de répondants dans la province de Québec mentionnent que le coût constitue un obstacle comparativement aux répondants des autres régions.

13. Utilisation des bases de données sur Internet

Très peu de répondants affirment utiliser les bases de données gratuites sur Internet pour le développement de produits ou la surveillance de la concurrence en vue d'obtenir ou d'enregistrer un brevet, un droit d'auteur, une marque de commerce ou un dessin industriel. De fait, seulement un répondant sur dix a déjà utilisé une base de données gratuite sur Internet.

Tableau 18 : Utilisation des bases de données dans Internet



Parmi les répondants ayant indiqué qu'ils ont effectivement consulté une base de données d'un OPI, plusieurs étaient incapables de préciser de quelle base il s'agissait, surtout dans le cas des bases de données sur les dessins industriels, où plus de la moitié des répondants ont affirmé qu'ils ne savaient pas.



Pour chaque type de base de données, un grand nombre de répondants indiquent qu'ils ont consulté une base de données canadienne (brevets : 36 %, marques de commerce : 28 %, droits d'auteur : 33 % et dessins industriels 29 %).

Tableau 19 : Bases de données d'offices de la PI consultées – brevets et marques de commerce

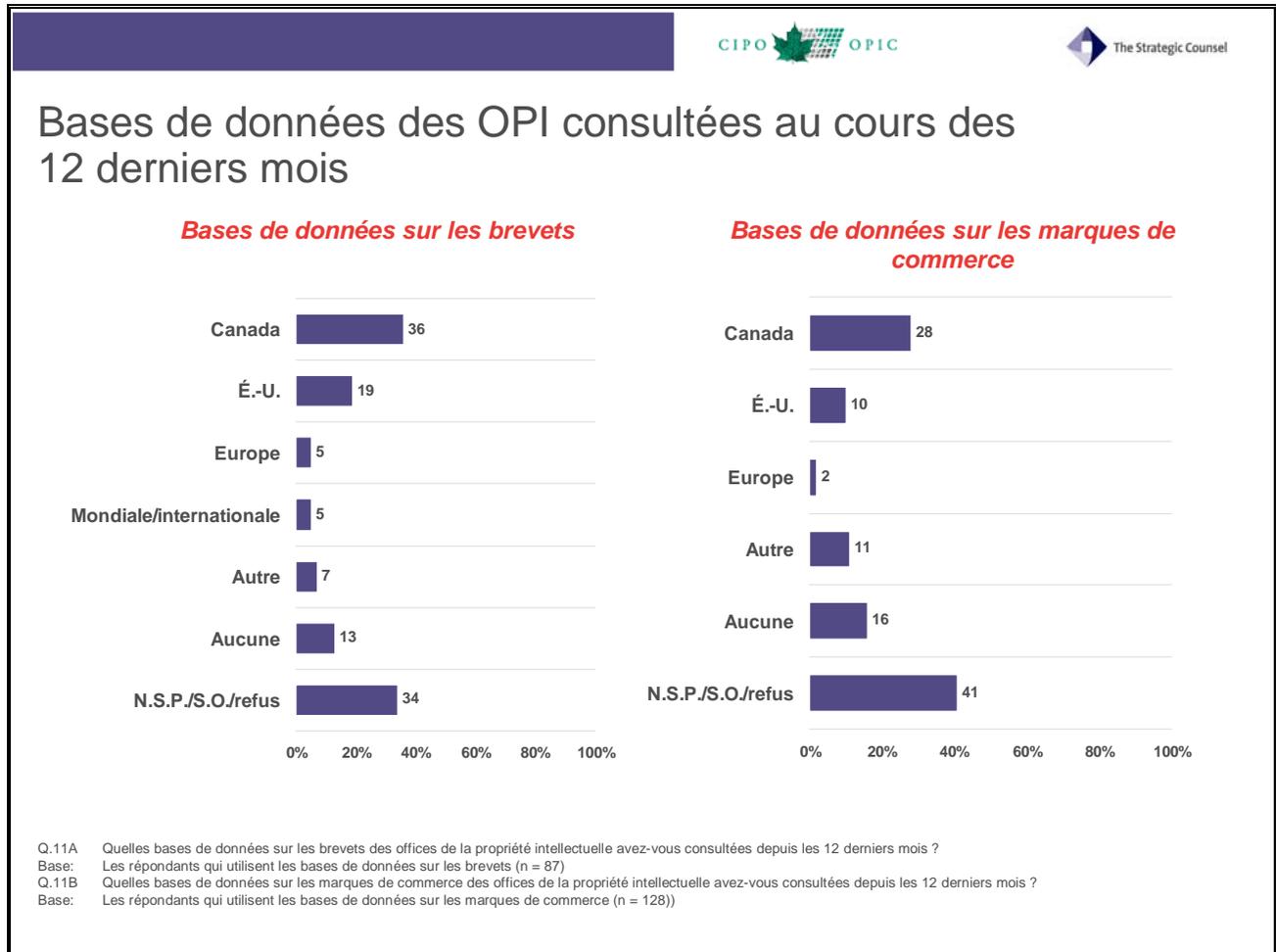
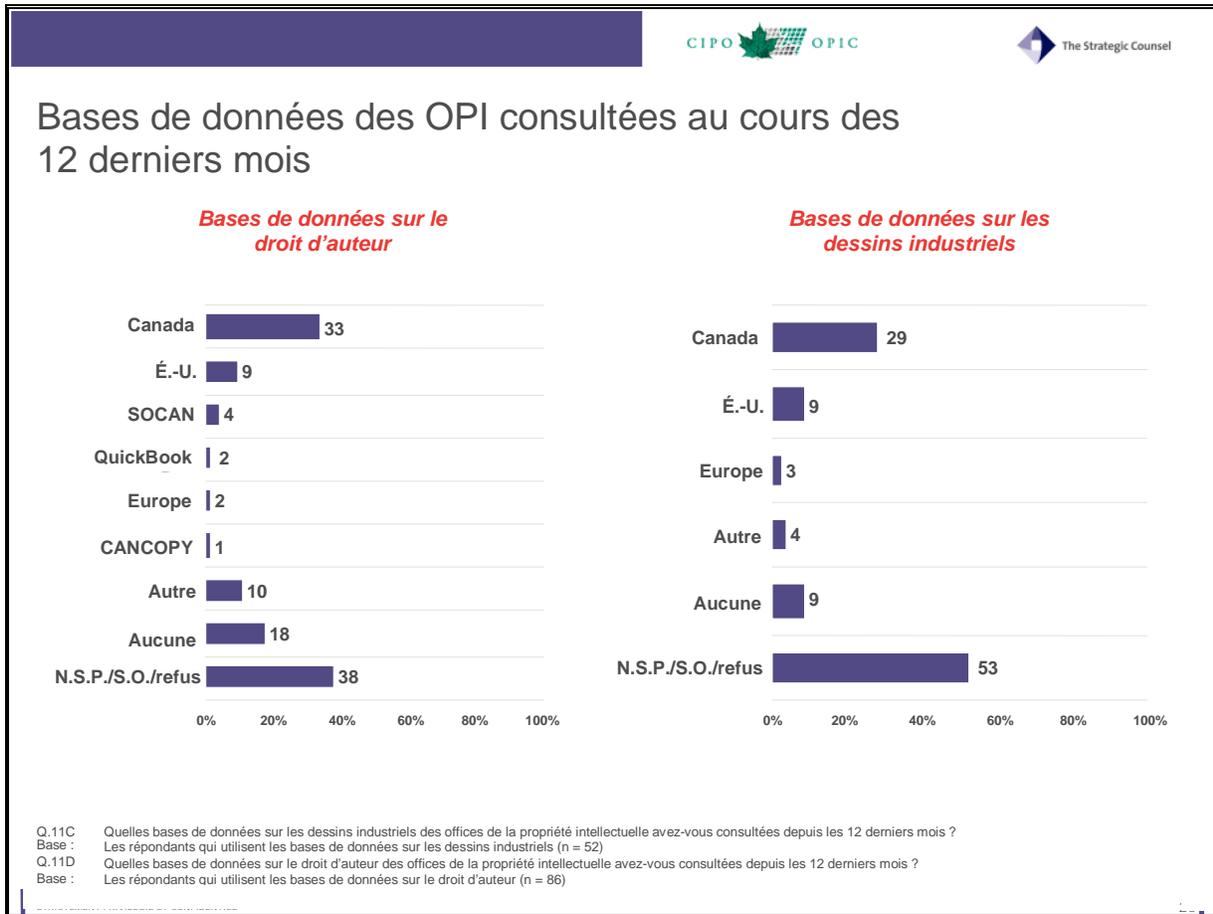




Tableau 20 : Bases de données d’offices de la PI consultées – dessins industriels et droits d’auteur



14. Utilisation des bases de données commerciales

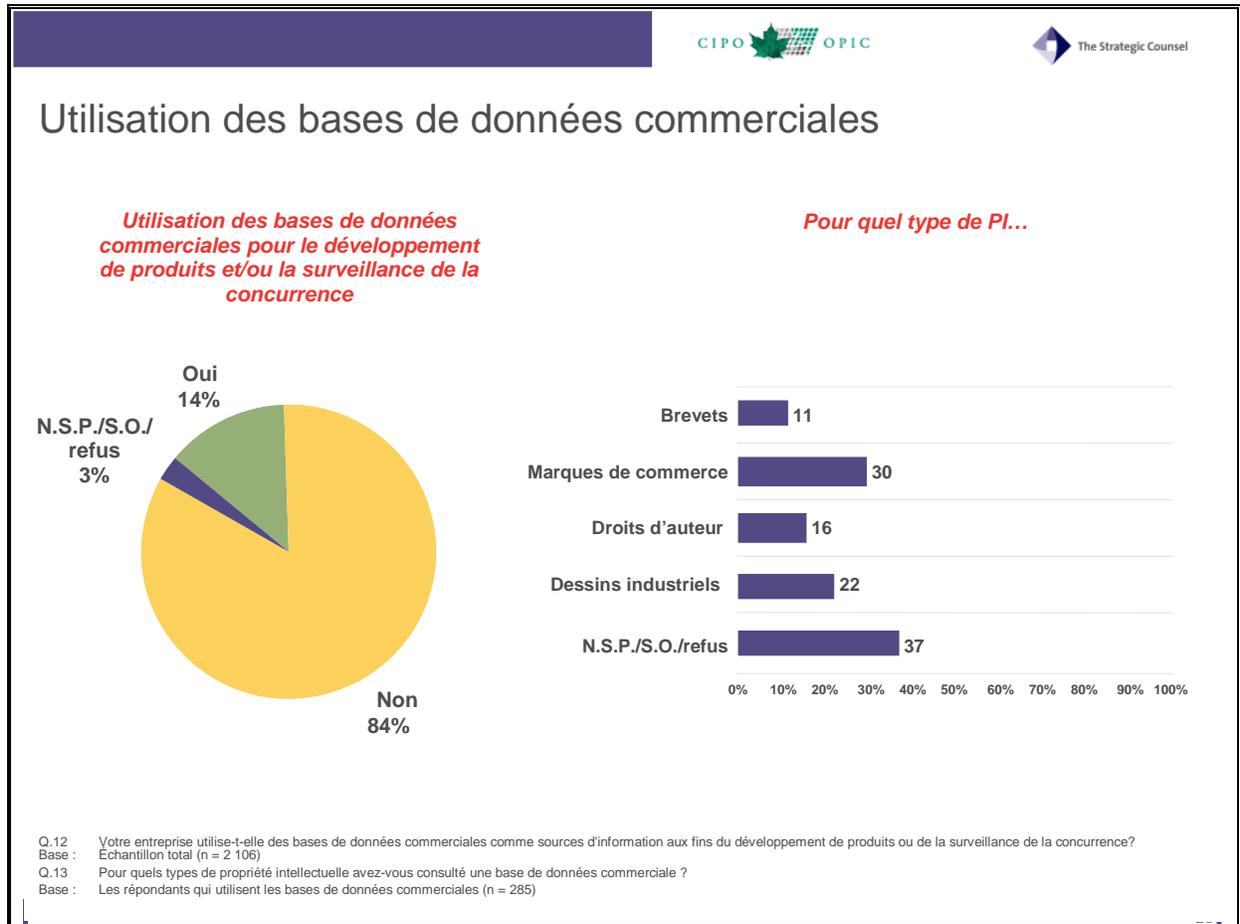
Comme dans le cas des bases de données gratuites sur Internet, le taux d’utilisation des bases de données commerciales est faible, soit 14 %, comparativement à 16 % pour les bases de données gratuites (marques de commerce : 6 %, brevets : 4 %, droits d’auteur : 4 %, dessins industriels : 2 %).

Parmi les répondants ayant indiqué qu’ils utilisent des bases de données commerciales, plusieurs affirment s’en servir en vue de l’enregistrement d’une marque de commerce (30 %). Comme pour les bases de données gratuites sur Internet, plusieurs des répondants qui affirment utiliser les bases de données commerciales sont incapables de se souvenir du type de base de données utilisée.

Les répondants en Colombie-Britannique (18 %) sont davantage susceptibles d’utiliser des bases de données commerciales. En outre, les petites (18 %) et les plus grandes (20 %) entreprises sont davantage susceptibles d’utiliser des bases de données commerciales que les très petites (9 %) et les moyennes (12 %) entreprises.



Tableau 21 : Utilisation de bases de données commerciales



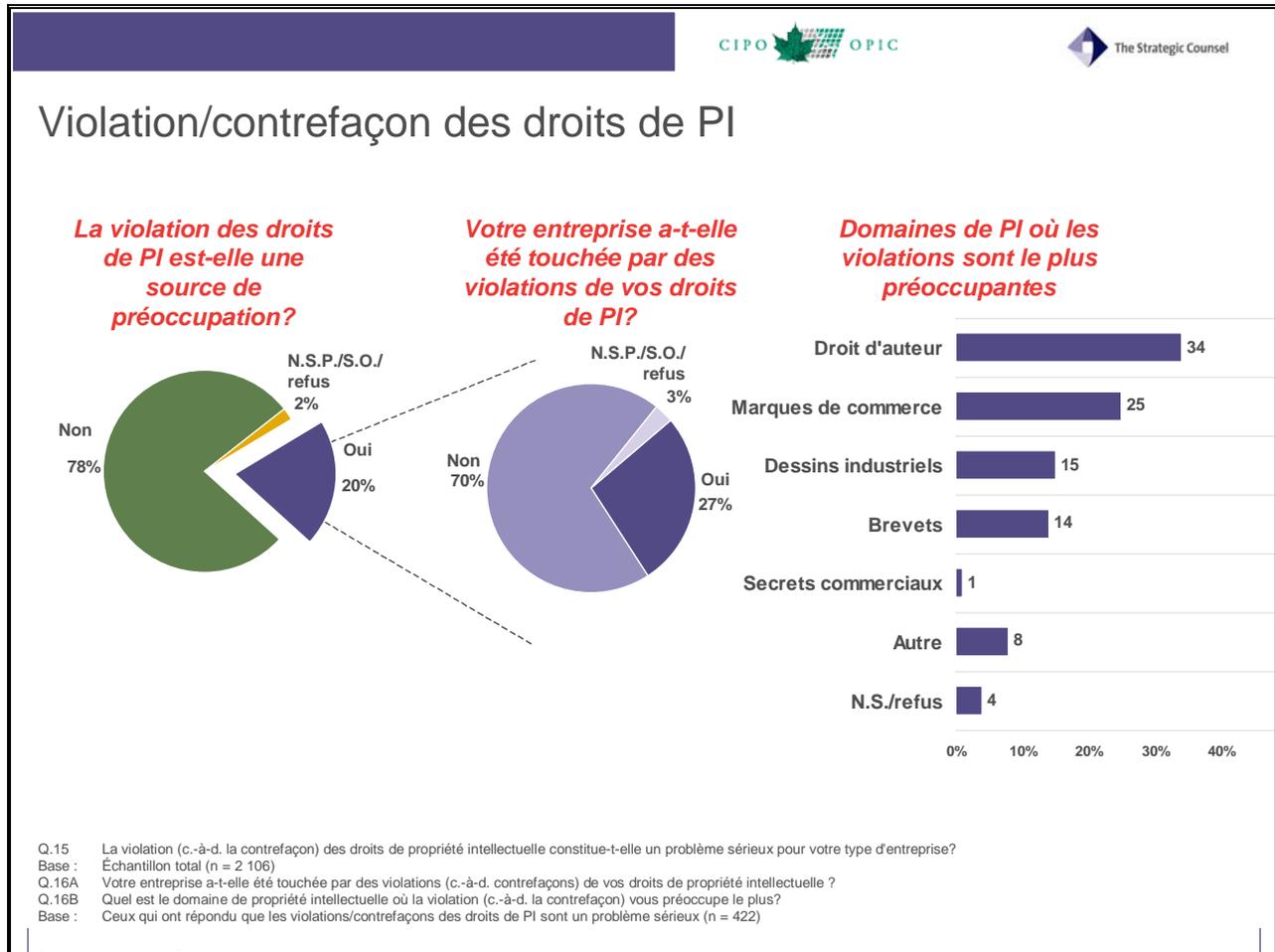
15. Violation/contrefaçon des droits de PI

On a posé une série de questions aux répondants concernant leur niveau de préoccupation relativement à la violation et à la contrefaçon des droits de PI. On leur a également demandé si leur entreprise avait été touchée par la violation d'un droit de PI dans le passé et quel est le domaine où les violations ou contrefaçons les préoccupent le plus.

La majorité des répondants n'éprouvent pas de problème grave relativement à la violation ou à la contrefaçon des droits de PI (78 %) mais un répondant sur cinq (20 %) indique que les violations ou les contrefaçons sont un problème grave.

Un plus grand pourcentage d'entreprises en Ontario (24 %) et en Colombie-Britannique (26 %) sont préoccupées par les violations/contrefaçons tandis que le pourcentage des entreprises connaissant de tels problèmes est plus faible dans les provinces atlantiques (15 %) et au Québec (13 %).

Tableau 22 : Violations de droits de PI



La plupart des répondants affirment que leur entreprise n'a pas été affectée par la violation ou la contrefaçon de ses droits de PI (70 %) tandis que seulement un quart environ (27 %) d'entre eux indiquent qu'ils ont été affectés par un tel problème.

Un plus grand pourcentage d'entreprises dans les provinces atlantiques (38 %) et au Québec (37 %) ont été affectées par des violations ou des contrefaçons tandis que ce pourcentage est plus faible en Alberta (16 %).

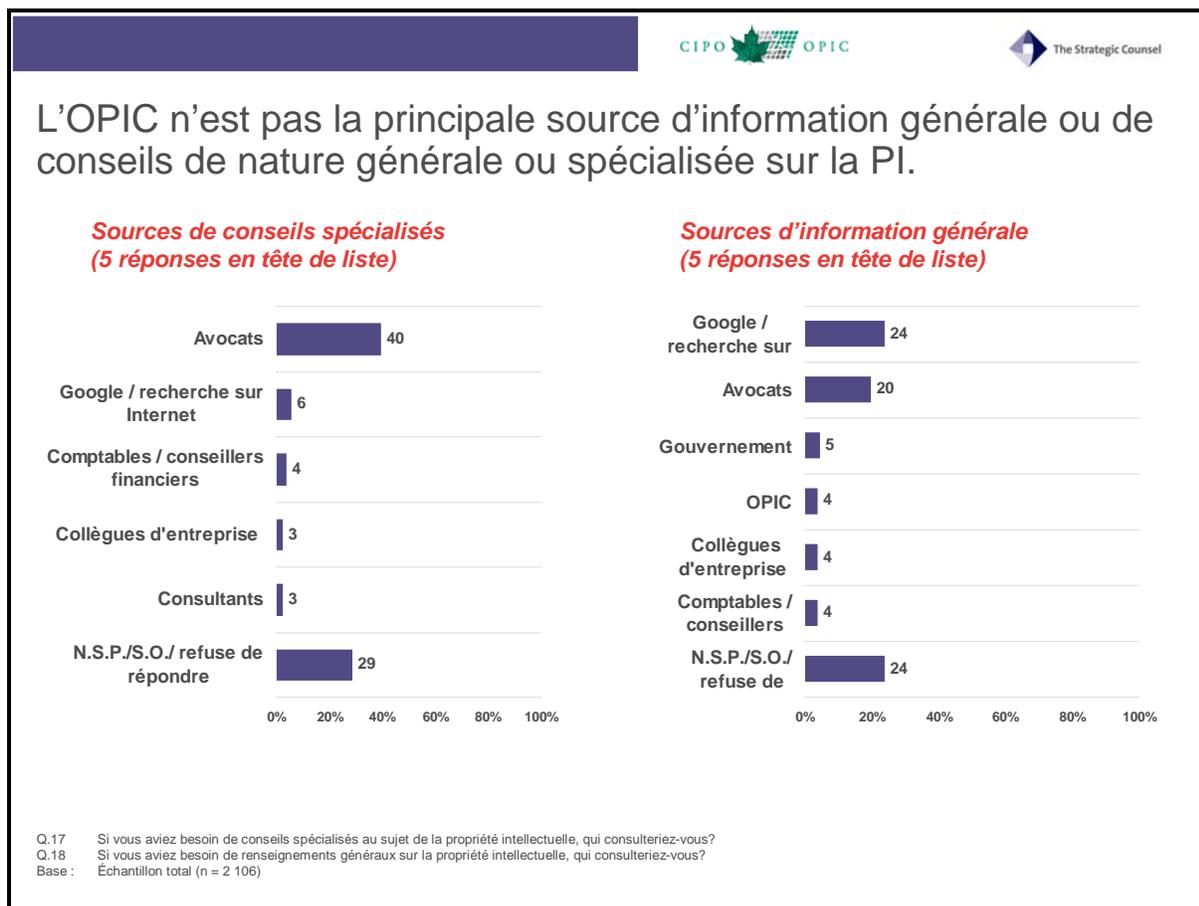
Les répondants sont surtout préoccupés par des violations ou des contrefaçons relatives à des droits d'auteur ou à des marques de commerce. Un plus grand pourcentage d'entreprises en Colombie-Britannique (44 %) sont préoccupées par les violations ou les contrefaçons de droits d'auteur tandis que les entreprises québécoises (28 %) sont plus nombreuses à se préoccuper des violations ou contrefaçons de brevets.



16. Sources de conseils spécialisés et de conseils de nature générale concernant la PI

Lorsqu'elles veulent obtenir les conseils d'un expert en matière de PI, les entreprises canadiennes choisissent en premier lieu un avocat (40 %). Au Québec, la proportion d'entreprises (27 %) qui s'adressent à un avocat pour obtenir des conseils spécialisés est moins élevée que dans les autres régions mais l'avocat demeure leur premier choix.

Tableau 23 : Sources de conseils sur la PI



Les plus grandes entreprises (26 employés ou plus) sont plus nombreuses (59 %) à choisir un avocat comme première source de conseil spécialisé.

Lorsqu'elles ont besoin de conseils de nature générale concernant la PI, les entreprises canadiennes ont tendance à utiliser des moteurs de recherche tels que Google pour obtenir de l'information (24 %). Cependant, elles sont encore nombreuses à s'adresser à un avocat pour obtenir de l'information générale (20 %).

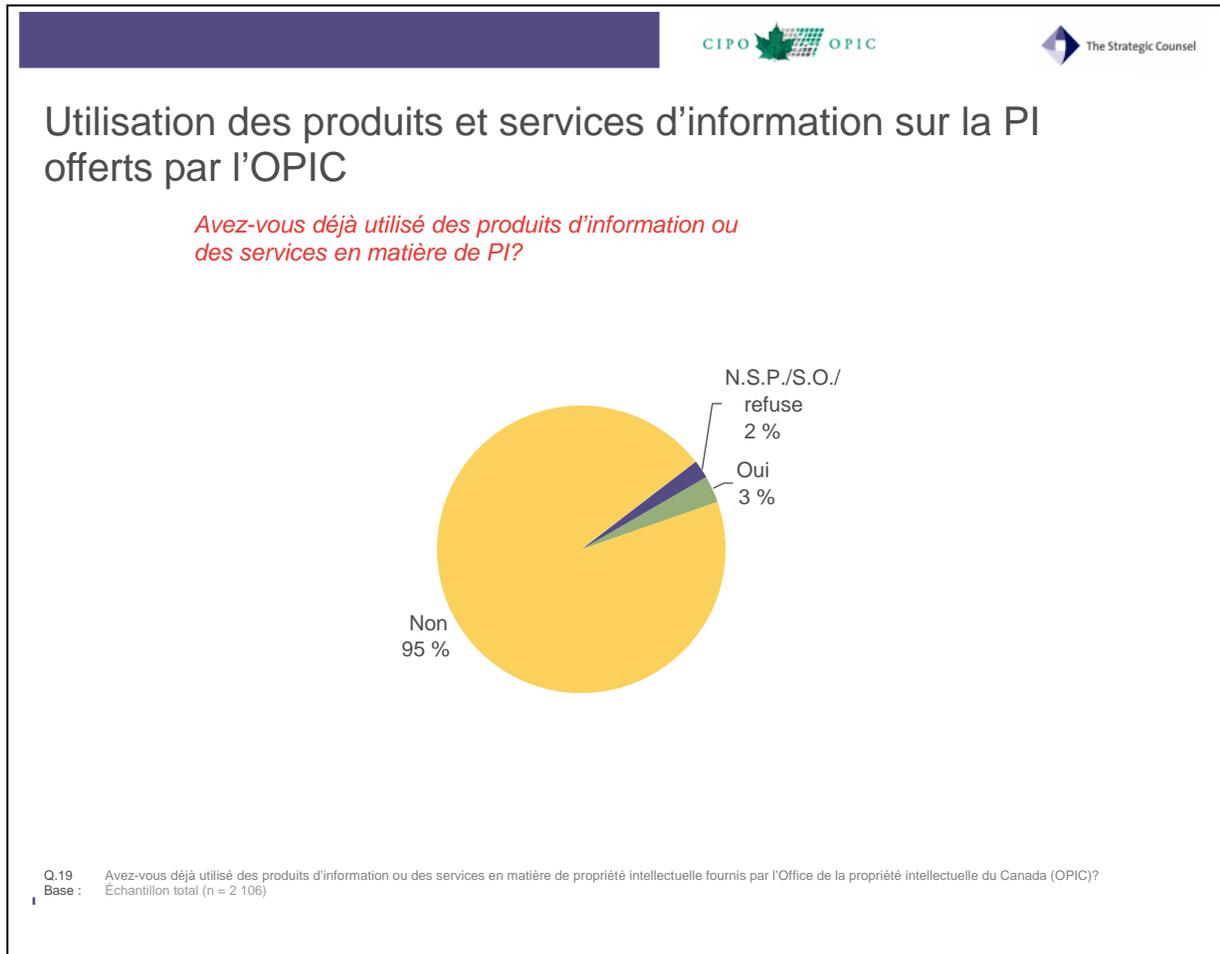
Un plus faible pourcentage d'entreprises au Québec (13 %) utilisent les moteurs de recherche, comparativement aux autres provinces. Elles font plutôt appel à l'OPIC (11 %).



17. Utilisation des produits et services de PI de l'OPIC

La grande majorité des entreprises canadiennes interrogées (95 %) indiquent qu'elles n'ont jamais utilisé les produits et services de PI de l'OPIC.

Tableau 24 : Services en matière de PI fournis par l'OPIC



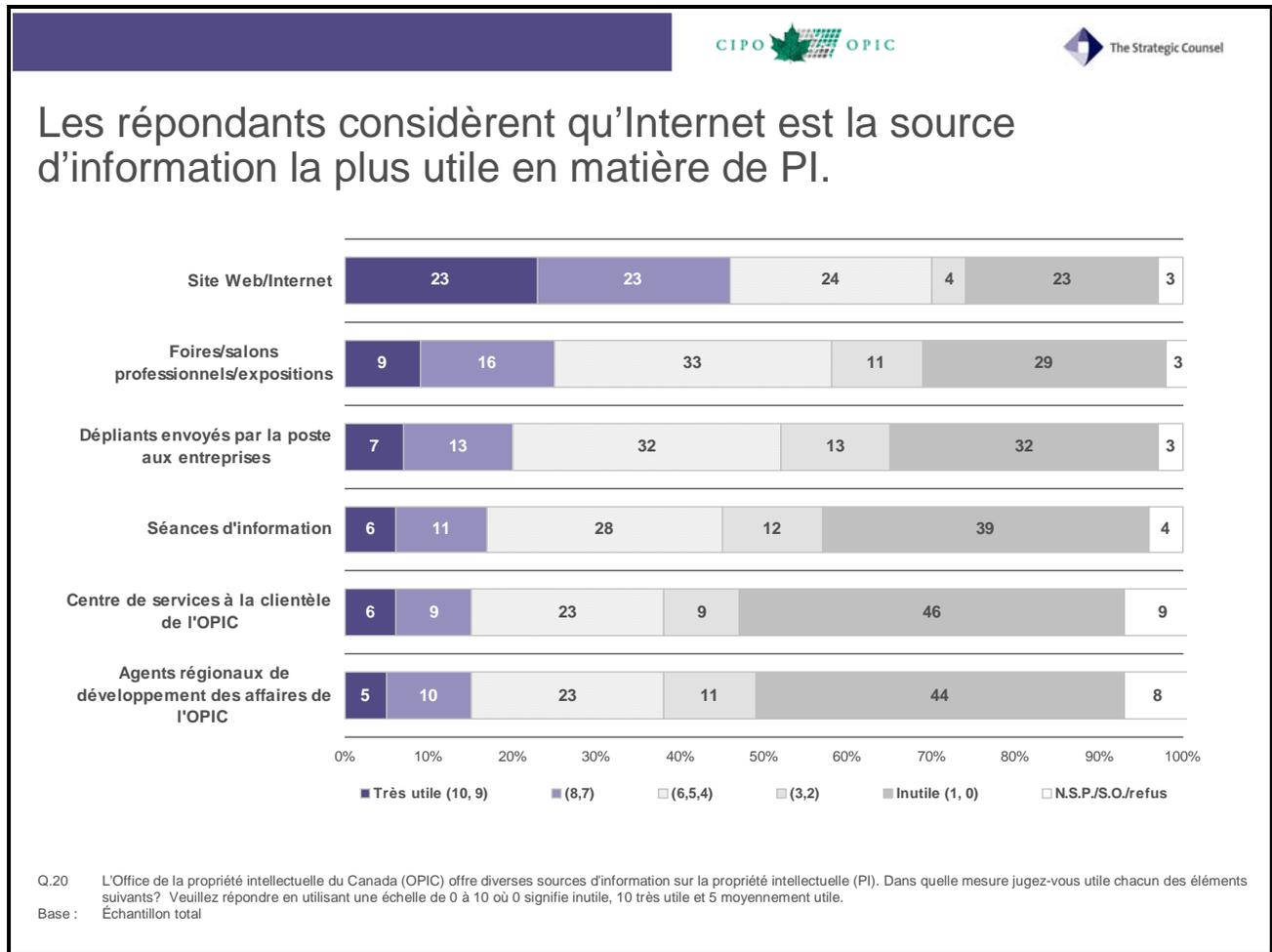
On observe très peu d'écarts de réponse, voire aucun, entre les différents sous-groupes concernant cette mesure.



18. Utilité perçue des différentes sources d'information sur la PI

L'OPIC offre différentes sources d'information sur la PI. On a demandé aux répondants d'évaluer l'utilité de ces sources d'information.

Tableau 25 : Sources utiles de renseignements sur la PI fournies par l'OPIC



Aucune des sources mentionnées aux répondants ne s'est avérée très utile puisque moins de la moitié des répondants leur ont attribué une valeur de 7 ou plus sur une échelle de 10. Une majorité de répondants (46 %) estiment que le site Web est utile, les autres outils jugés utiles sont les foires, les salons professionnels et les expositions (25 %) et les dépliants distribués par la poste (20 %).

Soulignons que près de la moitié des entreprises interrogées considèrent que le Centre de services à la clientèle de l'OPIC (46 %) et les agents régionaux de développement des affaires de l'OPIC (44 %) ne sont pas utiles (leur attribuant une note de 0 ou 1 sur une échelle de 10). Toutefois, les entreprises au Québec ont attribué à ces

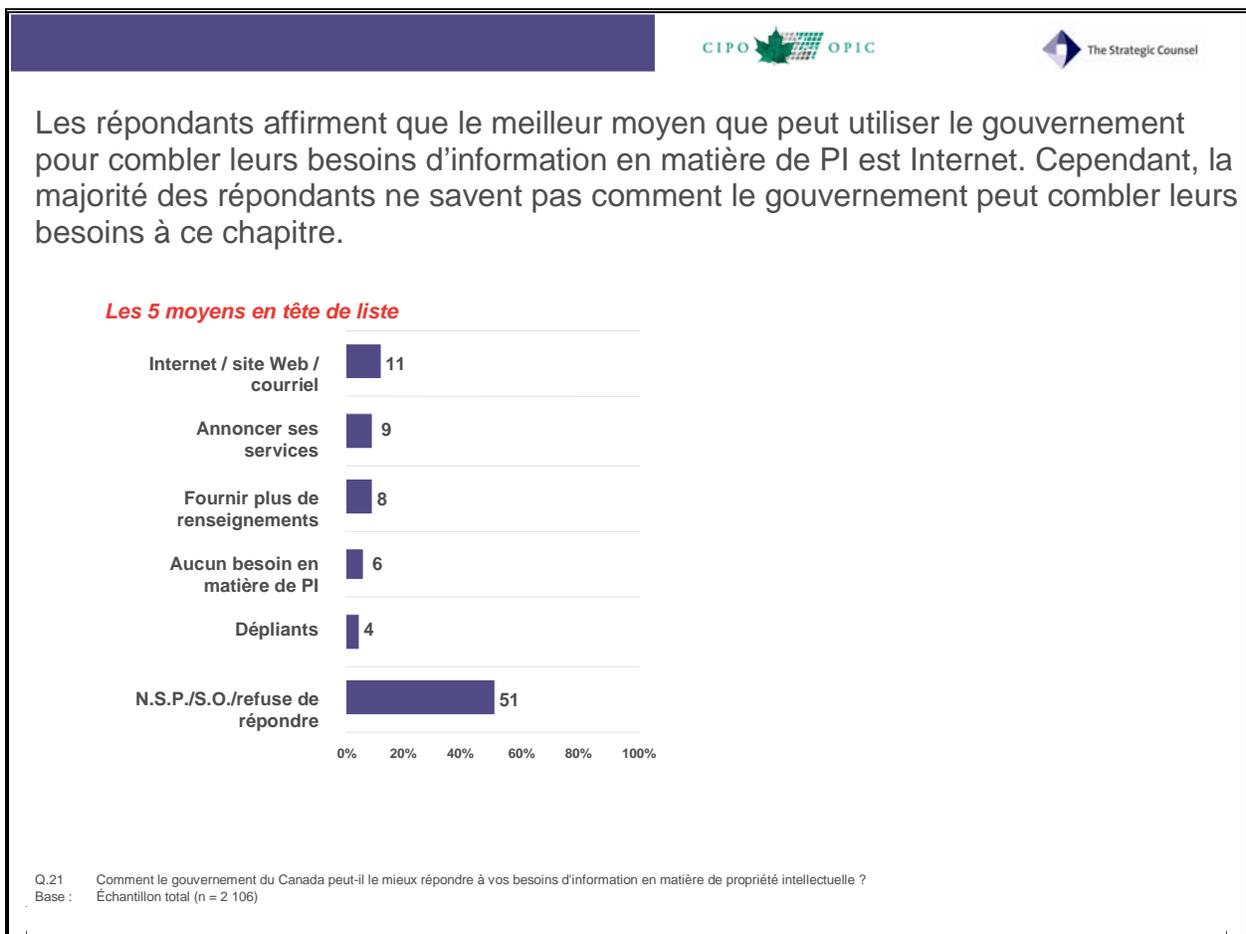


deux services des notes plus élevées que les entreprises des autres provinces canadiennes (26 % pour le Centre de services à la clientèle et 18 % pour les agents de développement des affaires).

19. Moyens éventuels de combler les besoins des PME en matière de PI

On a demandé à toutes les personnes interrogées de dire quels seraient les meilleurs moyens pour le gouvernement du Canada de combler leurs besoins en information sur la PI, selon eux.

Tableau 26 : Façon dont le gouvernement fédéral peut répondre aux besoins en matière de renseignements sur la PI



Les entreprises au Canada affirment qu'elles ne savent pas comment le gouvernement du Canada peut combler leurs besoins en information sur la PI. De fait, lorsqu'on leur pose la question, la moitié des répondants indiquent qu'ils n'en ont aucune idée. Parmi les répondants qui ont proposé des solutions, les réponses sont réparties entre plusieurs idées dont la liste figure dans le tableau qui précède. On observe très peu d'écarts dans les réponses entre les différents sous-groupes analysés.



En vue de faciliter la réalisation de son objectif qui consiste à encourager et à faciliter l'acquisition des droits de PI et l'exploitation de l'information connexe, l'OPIC a également mis sur pied un programme visant à sensibiliser les gens d'affaires, les inventeurs et les créateurs à l'importance de la PI. Dans le but de contribuer à la réalisation de cet objectif auprès des PME, The Strategic Counsel a segmenté ce groupe cible en fonction du niveau de connaissance déclaré de l'expression PI et des catégories les plus répandues de PI.

20. Segmentation par niveau de connaissance

Présentation des segments par niveau de connaissance

Dans les sections précédentes, notre analyse portait sur le niveau de connaissance de différentes expressions importantes pour l'OPIC. Dans le but d'approfondir cette analyse, nous tenterons de cerner les segments de la population qui sont susceptibles de démontrer un certain niveau de connaissance de toutes les expressions examinées (PI, droits d'auteur, marques de commerce, brevets, dessins industriels et secrets commerciaux). Les membres de ces segments sont davantage susceptibles de traiter les communications et l'information relatives à ces expressions de la même manière. Nous avons utilisé la méthode d'analyse en classification automatique pour cet exercice d'exploration. L'analyse en classification automatique permet d'analyser les profils de réponses relatives aux niveaux de connaissance ainsi que les groupes d'individus en fonction de segments ou d'une classification.

L'analyse en classification automatique a été réalisée sur les éléments suivants :

- niveau de connaissance de l'expression PI;
- niveau de connaissance de l'expression brevet;
- niveau de connaissance de l'expression marque de commerce;
- niveau de connaissance de l'expression droit d'auteur;
- niveau de connaissance de l'expression dessin industriel;
- niveau de connaissance de l'expression secret commercial.

L'analyse en classification automatique révèle l'existence de deux groupes d'individus bien précis. Il s'agit des deux segments suivants :

1. **Niveau de connaissance faible :** Ces individus, qui représentent 49 % des répondants, ont été classés dans ce segment parce qu'ils démontrent un faible niveau de connaissance à l'égard des variables utilisées pour cet exercice.



2. **Niveau de connaissance élevé :** Ces individus, qui représentent 51 % des répondants, ont été classés dans ce segment parce qu'ils démontrent un haut niveau de connaissance à l'égard des variables utilisées pour cet exercice.

21. Établissement du profil des segments de connaissance

Maintenant que nous avons établi qu'il existe deux segments distincts dans la population de PME canadiennes ciblée, en ce qui concerne leur niveau de connaissance des expressions visées, il serait utile pour les communicateurs de connaître les caractéristiques démographiques de chacun de ces segments. Soulignons qu'il existe deux types d'individus avec un niveau de connaissance des expressions visées différent, du point de vue de la communication, et cette information est particulièrement utile. Elle permet aux communicateurs d'établir leur profil – de savoir qui sont ces gens et où ils se trouvent. Le tableau qui suit présente un résumé des caractéristiques démographiques de chaque segment.

1. **Niveau de connaissance faible :** Ce groupe réunit surtout des entreprises des secteurs suivants : agriculture, forêts, chasse et pêche; construction; commerce au détail, transport et entreposage; services de santé; hébergement et restauration; autres services (sauf administration publique). Les membres de ce groupe sont davantage susceptibles de déclarer qu'ils ne possèdent pas d'actifs de PI ou qu'ils ne savent pas si leur entreprise possède de tels actifs ou non. En outre, les répondants de ce groupe travaillent plus souvent dans une entreprise qui n'a pas d'activité de R-D.
2. **Niveau de connaissance élevé :** Ce groupe réunit surtout des entreprises des secteurs suivants : information et culture; services professionnels, scientifiques et techniques; services administratifs/de soutien; arts, spectacles et loisirs; fabrication; mines et extraction de pétrole et de gaz. Les répondants de ce segment déclarent plus souvent que leur entreprise possède des actifs de PI. De plus, ils sont davantage susceptibles de travailler dans une PME active en R-D.

Tableau 27 : Profil démographique

	Niveau de connaissance faible 49 %	Niveau de connaissance élevé 51 %
Écarts démographiques entre les segments de « connaissance » (les éléments en gras indiquent une concentration beaucoup plus élevée de ce groupe démographique dans le segment visé)		
Secteur d'activité	Agriculture, forêts, chasse et pêche	Information et culture
	Construction	Services professionnels, scientifiques et techniques
	Commerce au détail	Services administratifs/de soutien
	Transport et entreposage	Arts, spectacles et loisirs
	Soins de santé	Fabrication
	Hébergement et restauration	Mines et extraction de pétrole et de gaz
Actifs de PI	S.O./Ne sais pas	OUI
R-D	NON	OUI



22. Conclusions/recommandations

Il est particulièrement important pour les communications et la stratégie marketing de l'OPIC dans le futur de comprendre qu'il existe deux groupes distincts de répondants. Dans une perspective de recherche, plusieurs options se présentent à l'OPIC. Nous proposons comme point de départ de réaliser une étude préliminaire sur les deux segments de connaissance.

22.1 Segment du niveau de connaissance faible

Les résultats du sondage indiquent clairement que l'OPIC devra employer une méthode adaptée pour être en mesure de réaliser son objectif d'encourager et de faciliter l'acquisition des droits de PI et l'exploitation de l'information connexe dans ce groupe cible. Les conclusions de l'enquête démontrent que ce groupe a une compréhension et une idée très rudimentaire de la PI et de la manière dont elle s'applique à leurs activités. Pour mieux comprendre comment il peut communiquer plus efficacement dans ce segment, l'OPIC devrait organiser une série d'entrevues individuelles, des groupes de discussion ou d'autres études préliminaires. Compte tenu du faible niveau de connaissance déclaré dans ce segment, et par le fait même du niveau de connaissance de la PI et de l'information connexe, toute stratégie de communication éventuelle devra être préférablement centrée sur les notions élémentaires et essentielles de la PI. Certains parleraient d'une campagne « à la base ».

22.2 Segment du niveau de connaissance élevé

Là encore, les résultats du sondage indiquent que l'OPIC devra employer une méthode adaptée pour être en mesure de réaliser son objectif d'encourager et de faciliter l'acquisition des droits de PI et l'exploitation de l'information connexe dans ce groupe cible. Les membres de ce groupe ont une connaissance et une opinion **relativement éclairée** de la PI et de la manière dont elle s'applique à leurs activités. Pour mieux comprendre comment communiquer dans ce segment, l'OPIC pourrait lancer une série d'entrevues individuelles, des petits groupes de discussion ou d'autres types d'études préliminaires. Compte tenu du haut niveau de connaissance déclaré dans ce segment, et par le fait même du niveau de connaissance de la PI et de l'information connexe, toute stratégie de communication devra sans doute être légèrement différente de la stratégie employée dans l'autre segment car elle portera sur des sujets et des renseignements plus poussés concernant l'enregistrement des droits de PI.

22.3 Recherche auprès des intermédiaires

En plus de réaliser une étude dans les groupes cibles, l'OPIC pourra souhaiter recueillir les rétroactions des intermédiaires sur la question. Effectuer une recherche qualitative auprès des avocats et des agents de PI qui sont spécialisés dans le processus d'enregistrement des droits de PI ou qui participent à ce processus peut également aider l'OPIC à obtenir les conseils de communication dont il a besoin pour élaborer une stratégie de communication globale qui s'adresse non seulement aux clients directs de l'OPIC mais aussi à ceux qui choisissent ou sont davantage susceptibles de choisir de faire appel aux services d'un agent ou d'un tiers pour



l'enregistrement de leurs droits de PI. Nous recommandons en outre qu'une telle recherche soit de nature exploratoire, c'est-à-dire qu'elle prenne la forme d'entrevues individuelles ou de groupes de discussion.

22.4 Recommandations relatives à la recherche

Pour chacun des trois segments, la recherche exploratoire devrait avoir pour objectif de déterminer quelle serait la stratégie de communication la plus efficace. À ce titre, la recherche pourrait viser à évaluer :

- le niveau actuel de compréhension de la PI et son utilité perçue dans le groupe cible;
- les opinions sur les produits de communication existants ou éventuels, y compris les moyens de prestation (IMPRIMÉS, COMMUNICATIONS VERBALES);
- les idées préconçues concernant la PI;
- les autres exigences propres à une stratégie de communication tels que le mode de communication privilégié (BABILLARDS, ENCARTS, BULLETINS D'INFORMATION), le placement d'information, etc.



II. Annexe A – Questionnaires en français et en anglais



INTRO

Bonjour, je m'appelle _____ de Strategic Counsel, une firme d'études et d'opinion publique nationale. Je vous appelle aujourd'hui au nom du gouvernement du Canada pour effectuer un court sondage qui devrait durer environ 15 minutes. Notre sondage est effectué auprès de gens d'entreprise comme vous concernant leurs opinions sur d'importantes questions du monde des affaires. Je vous assure que nous n'essayons pas de vous vendre quoi que ce soit et que cette entrevue est tout à fait confidentielle. Votre participation est volontaire et les renseignements que vous fournirez ne permettront pas de vous identifier ni d'identifier votre entreprise. Les résultats du sondage aideront le gouvernement du Canada à améliorer ses services offerts au monde des affaires. Pour ce sondage, nous n'effectuons qu'une seule entrevue avec une personne par entreprise. Pourrais-je parler avec un/une cadre supérieur de votre entreprise? Par exemple un/une vice-président(e), propriétaire, Chef à la direction, Chef de la direction financière, Chef de l'exploitation, ou Président(e). (sondé pour la position du répondent)

CONTINU..... OK

5: GEND

NE PAS LIRE Noter le sexe du répondeur

- Masculin..... 1
- Féminin 2

6: LANG1

NE PAS LIRE Noter la langue du sondage

- Anglais 1
- Français 2

7: SCR1

SCR1. Est-ce que vous ou un membre de votre famille immédiate travaille pour l'une des organisations suivantes?

- Le gouvernement du Canada - disqualifié..... 1
- Une firme d'étude de marché - disqualifié..... 2
- Aucun - continué..... 3
- Ne sait pas/ Refuse - disqualifié..... 9

11: SCR2

Est-ce que votre entreprise/ compagnie emploie plus de 500 personnes? [NE PAS LIRE]

- OUI - (500 ou plus) - Disqualifié..... 1
- NON - (Moins de 500) - Continué 2
- Ne sais pas/refus - Disqualifié..... 9



14: **SCR3**

Dans votre entreprise, êtes-vous impliqué dans les stratégies décisionnelles? Est-ce toujours, parfois, rarement ou jamais?

est-ce toujours	1
parfois	2
rarement	3
jamais	4
DK/REF.	9

15: **SCR4**

Et, êtes-vous toujours, parfois, rarement ou jamais impliqué lorsque votre entreprise prend des décisions en ce qui à trait à la promotion, aux marques de commerce, à l’image, aux activités de recherche et développement (R&D) et à la commercialisation de cette dernière?

est-ce toujours	1
parfois	2
rarement	3
jamais	4
Ne sais pas/refuse.....	9

16: **SCR5**

Est-ce que votre entreprise est sans but lucratif ou une oeuvre de charité?

Sans but lucratif	1
Oeuvre de charité	2
Autre	3
Ne sait pas/refuse	4
Don not know or refused.....	9

17: **D2**

Quel est votre titre actuel ? (NE LISEZ PAS LA LISTE)

.....	01
.....	02
.....	03
.....	04
.....	05
.....	06
.....	07
.....	08
.....	09
.....	10
.....	11
.....	12
.....	13
.....	14
Autre (préciser)	88
Je ne sais pas/Refuse de répondre	99



18:

SCR6

Quelle est votre principale fonction professionnelle? En d'autres mots, quelles sont vos principales tâches et responsabilités au sein de votre entreprise?

.....	01
.....	02
.....	03
.....	04
.....	05
.....	06
.....	07
.....	08
.....	09
.....	10
.....	11
.....	12
.....	13
.....	14
.....	15
.....	16
(Préciser).....	88
N.S.P./Refus.....	99

19:

Q1

Quel est l'enjeu le plus important pour votre entreprise aujourd'hui? (QUESTION OUVERTE -
Accepter jusqu'à trois réponses) (NE PAS LIRE)

Ressources humaines	01
Concurrence	02
Approvisionnement.....	03
Demande	04
Production	05
Impôts	06
Questions opérationnelles	07
Attirer de nouveaux clients	08
Service à la clientèle / Rétention de la clientèle	09
Capitaux / Financement	10
.....	11
.....	12
.....	13
.....	14
.....	15
.....	16
Autre (préciser) :	88
Je ne sais pas	89
.....	90
Refuse de répondre.....	99



20:

Q2

Veillez indiquer dans quelle mesure vous connaissez l'expression propriété intellectuelle, en utilisant une échelle de 0 à 10 où 0 signifie pas du tout; 10, très bien; et 5, moyennement

0 - signifie pas du tout.....	00
1	01
2	02
3	03
4	04
5	05
6	06
7	07
8	08
9	09
10 - très bien.....	10
Je ne sais pas	89
Refuse de répondre.....	99

21:

Q2A

Avant de débiter la section principale du sondage, je veux mettre l'accent sur le fait qu'il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses pour ce sondage. Nous cherchons vos points de vues, vos attitudes et vos impressions. Quand vous entendez l'expression propriété intellectuelle, qu'est-ce qui vous vient à l'esprit en premier?

Rien.....	01
.....	02
.....	03
.....	04
.....	05
.....	06
.....	07
.....	08
.....	09
.....	10
.....	11
.....	12
.....	13
.....	14
.....	15
.....	16
Inscrire la réponse :	88
Je ne sais pas / Refuse de répondre	99



22:

Q3

Pouvez-vous nommer des méthodes ou catégories officielles de protection de la propriété intellectuelle (IP)? (QUESTION OUVERTE : Ne pas lire la liste; marquer toutes les mentions).

Brevets	01
Droits d'auteur	02
Marques de commerce	03
Dessins industriels.....	04
Obtentions végétales (certific)	05
Secrets industriels	06
Licences	07
Dénominations sociales/nom corporatif.....	08
Topographies de circuits intégrés.....	09
.....	10
.....	11
.....	12
.....	13
.....	14
.....	15
Autre (préciser) :	88
Je ne sais pas	89
.....	90
Refuse de répondre.....	99

23:

Q4

Pouvez-vous nommer l'organisme responsable de l'octroi ou de l'enregistrement des droits de la propriété intellectuelle (PI) au Canada? (Ne pas lire la liste, n'inscrire que la première mention)

Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC)	01
Industrie Canada	02
Association du Barreau canadien	03
Agence du revenu du Canada.....	04
Votre gouvernement provincial.....	05
US Patent and Trademark Office	06
Statistique Canada.....	07
Justice Canada.....	08
Gouvernement du Canada (gouvernement fédéral).....	09
Bureau des brevets	10
Bureau des marques de commerce	11
Bureau du droit d'auteur	12
Agriculture et Agroalimentaire Canada	13
.....	14
.....	15
.....	17
Autre (préciser) :	88
Je ne sais pas / Je ne suis pas certain.....	89
Refuse de répondre / Pas de réponse.....	99



24:

Q4A

Je vais vous lire une liste des organisations du secteur privé et public. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous connaissez chacune des organisations suivantes ou leurs produits et services, en utilisant une échelle de 0 à 10 où 0 signifie pas du tout; 10, très bien; et 5, moyennement.

CONTINUE 1

25:

Q4AA

	00 - pas du tout	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10 - très bien	DK/R EF.
<i>Industrie Canada</i>												
<i>Agence du revenu du Canada</i>												
<i>CRTC</i>												
<i>OPIC (Office de la propriété intellectuelle du Canada)</i>												
<i>La monnaie royale canadienne</i>												
<i>Nike</i>												

31:

Q6

Dans quelle mesure connaissez-vous les types suivants de protection de la propriété intellectuelle? Veuillez répondre en utilisant une échelle de 0 à 10 où 0 signifie pas du tout; 10, très bien; et 5, moyennement

Appuyez sur la touche " entrée " pour continuer..... 1

32:

Q6A

	0 - signifie pas du tout	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 - très bien	DK/R EF.
<i>Brevets</i>												
<i>Marques de commerce</i>												
<i>Droits d'auteur</i>												
<i>Dessins industriels</i>												
<i>Secrets industriels</i>												



37:

Q7A

Où avez-vous pris connaissance pour la première fois de la protection de la propriété intellectuelle pour les brevets? [NE PAS LIRE]

Foires / Salons professionnels / Expositions / Séances d'information ..	01
Brochures	02
Articles de journaux ou de magazines.....	03
Internet / Web (en général)	04
Gouvernement du Canada	05
Industrie Canada	06
Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC)	07
À l'école.....	08
Associations de gens d'affaires.....	09
Banquier.....	10
Avocat.....	11
Comptable / Conseiller financier	12
.....	13
.....	14
.....	15
.....	16
.....	17
Autre (préciser) :	88
.....	89
Je ne sais pas / Refuse de répondre	99

38:

Q7AA

Internet / Web -[Demander des précisions : Quel site Web ou moteur de recherche?] [NE PAS LIRE]

.....	01
.....	02
.....	03
Quel site Web ou moteur:	88
Je ne sais pas / Refuse de répondre	99

39:

Q7AB

Gouvernement du Canada - [Demander des précisions : Quel ministère?] [NE PAS LIRE]

.....	01
.....	02
.....	03
.....	04
Quel ministère:.....	88
Je ne sais pas / Refuse de répondre	99



40:

Q7B

Où avez-vous pris connaissance pour la première fois de la protection de la propriété intellectuelle pour les droits d'auteur? [NE PAS LIRE]

Foires / Salons professionnels / Expositions / Séances d'information ..	01
Brochures	02
Articles de journaux ou de magazines.....	03
Internet / Web (en général)	04
Gouvernement du Canada	05
Industrie Canada	06
Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC)	07
À l'école.....	08
Associations de gens d'affaires.....	09
Banquier.....	10
Avocat.....	11
Comptable / Conseiller financier	12
.....	13
.....	14
.....	15
.....	16
.....	17
Autre (préciser) :	88
.....	89
Je ne sais pas / Refuse de répondre	99

41:

Q7BA

Internet / Web - [Demander des précisions : Quel site Web ou moteur de recherche?] [NE PAS LIRE]

.....	01
.....	02
.....	03
.....	04
Quel site Web ou moteur:	88
Je ne sais pas / Refuse de répondre	99

42:

Q7BB

Gouvernement du Canada -[Demander des précisions : Quel ministère?] [NE PAS LIRE]

.....	01
.....	02
.....	03
Quel ministère:.....	88
Je ne sais pas / Refuse de répondre	99



43:

Q7C

Où avez-vous pris connaissance pour la première fois de la protection de la propriété intellectuelle pour les marques de commerce? [NE PAS LIRE]

Foires / Salons professionnels / Expositions / Séances d'information ..	01
Brochures	02
Articles de journaux ou de magazines.....	03
Internet / Web (en général)	04
Gouvernement du Canada	05
Industrie Canada	06
Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC)	07
À l'école.....	08
Associations de gens d'affaires.....	09
Banquier.....	10
Avocat.....	11
Comptable / Conseiller financier	12
.....	13
.....	14
.....	15
.....	16
.....	17
Autre (préciser) :	88
.....	89
Je ne sais pas / Refuse de répondre	99

44:

Q7CA

Internet / Web -[Demander des précisions : Quel site Web ou moteur de recherche?] [NE PAS LIRE]

.....	01
.....	02
.....	03
Quel site Web ou moteur:	88
Je ne sais pas / Refuse de répondre	99

45:

Q7CB

Gouvernement du Canada -[Demander des précisions : Quel ministère?] [NE PAS LIRE]

.....	01
.....	02
.....	03
.....	04
.....	05
.....	06
Quel ministère:.....	88
Je ne sais pas / Refuse de répondre	99



46:

Q7C1

Selon vous, l'enregistrement d'un nom commercial protège-t-il votre marque de commerce? [NE PAS LIRE]

- Oui 1
- Non..... 2
- Je ne sais pas / Refuse de répondre 9

47:

Q7C2

Quelle différence y a-t-il entre l'enregistrement d'un nom commercial et celui d'une marque de commerce? [NE PAS LIRE]

- 01
- 02
- 03
- 04
- 05
- 06
- 07
- Autre (préciser) : 88
- Je ne sais pas / Refuse de répondre 99

48:

Q7C3

Quelle différence y a-t-il entre l'enregistrement d'un nom commercial et celui d'une marque de commerce?

Et pour quelles raisons?

- 01
 - 02
 - 03
 - 04
 - 05
 - 06
 - 07
 - 08
 - Autre (préciser) : 88
 - Je ne sais pas / Refuse de répondre 99
-
-



49:

Q7D

Où avez-vous pris connaissance pour la première fois de la protection de la propriété intellectuelle pour les dessins industriels? [NE PAS LIRE]

Foires / Salons professionnels / Expositions / Séances d'information ..	01
Brochures	02
Articles de journaux ou de magazines.....	03
Internet / Web (en général)	04
Gouvernement du Canada	05
Industrie Canada	06
Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC)	07
À l'école.....	08
Associations de gens d'affaires.....	09
Banquier.....	10
Avocat.....	11
Comptable / Conseiller financier	12
.....	13
.....	14
.....	15
.....	16
.....	17
Autre (préciser) :	88
.....	89
Je ne sais pas / Refuse de répondre	99

50:

Q7DA

Internet / Web -[Demander des précisions : Quel site Web ou moteur de recherche?]

.....	01
.....	02
.....	03
Quel site Web ou moteur:	88
Je ne sais pas / Refuse de répondre	99

51:

Q7DB

Gouvernement du Canada - [Demander des précisions : Quel ministère?]

.....	01
.....	02
Quel ministère:.....	88
Je ne sais pas / Refuse de répondre	99

52:

Q8

Comme vous le savez probablement, la propriété intellectuelle est associée à des créations de l'esprit, telles que les inventions, les œuvres littéraires et artistiques, ainsi qu'aux symboles, noms, images, dessins et modèles utilisés dans le commerce. Les brevets, les marques de commerce, les droits d'auteur, les dessins industriels, les topographies de circuits intégrés et les obtentions végétales sont protégés par ce qu'on appelle des « droits de propriété intellectuelle ».

Appuyez sur la touche " entrée " pour continuer..... 1



53:

Q8A

Votre entreprise possède-t-elle des biens qui, selon vous, pourraient être classifiés en tant que propriétés intellectuelles? [NE PAS LIRE]

OUI	1
NON.....	2
Ne suis pas certain / Peut-être	3
Je ne sais pas / Refuse de répondre	9

54:

Q8B

Je vais vous lire une liste de catégories et méthodes de protection de la propriété intellectuelle (PI). Veuillez indiquer lesquelles vous avez déjà utilisées ou que vous utilisez actuellement pour protéger votre propriété intellectuelle?

Brevets	01
Marques de commerce	02
Droits d'auteur	03
Dessins industriels.....	04
Secrets industriels	05
Licences	06
Autre (p. ex. obtentions végétales, circuits intégrés).....	07
Aucune	98
Je ne sais pas/Refuse de répondre	99

55:

Q8C

En général, pourquoi n'avez-vous pas enregistré de propriété intellectuelle (PI)? [NE PAS LIRE]

Vous n'étiez pas au courant de la protection de la propriété intellectuelle (PI) 01

.....	01
Vous ne saviez pas comment	02
Vous ne saviez pas que vous pouviez	03
Vous ne saviez pas à qu'il fallait s'adresser pour demander la protection de la propriété intellectuelle (PI).....	04
Vous ne voyiez pas l'utilité.....	05
La protection de la propriété intellectuelle (PI) coûte trop cher.....	06
Manque de savoir-faire	07
Vous ne le jugiez pas nécessaire	08
.....	09
Autre (préciser):	88
Je ne sais pas / Refuse de répondre	99

56:

Q8D

Votre entreprise effectue-t-elle de la recherche et développement (R-D)? [NE PAS LIRE]

Oui	1
Non.....	2
Je ne sais pas / Refuse de répondre	9



57:

Q8E

Veillez indiquer quel est le niveau d'activité de votre entreprise dans le domaine de la recherche et du développement (R&D), en utilisant une échelle de 0 à 10 où 0 signifie pas du tout active; 10, très active; et 5, moyennement active.

00 - pas du tout active	01
01	02
02	03
03	04
04	05
05	06
06	07
07	08
08	09
09	10
10 - très active.....	11
DK/REF.	99

58:

Q9A

À votre avis...quel est l'obstacle le plus sérieux à l'enregistrement des brevets aux fins de la protection de la propriété intellectuelle (PI)? [NE PAS LIRE - SONDER: SI OUI QUEL EST CETTE OBSTACLE?]

Coût.....	01
Valeur.....	02
Intégrité de la protection de la propriété intellectuelle.....	03
.....	05
.....	06
.....	07
.....	08
.....	09
.....	10
Autre (précisez).....	88
.....	89
Je ne sais pas/Refuse de répondre	99

59:

Q9B

À votre avis ... quel est l'obstacle le plus sérieux à l'enregistrement des droits d'auteur aux fins de la protection de la propriété intellectuelle (PI)? [NE PAS LIRE - SONDER: SI OUI QUEL EST CETTE OBSTACLE?]

Coût.....	01
Valeur.....	02
Intégrité de la protection de la propriété intellectuelle.....	03
.....	05
.....	06
.....	07
.....	08
.....	09
.....	10
Autre (précisez).....	88
.....	89
Je ne sais pas/Refuse de répondre	99



60:

Q9C

À votre avis...quel est l'obstacle le plus sérieux à l'enregistrement des marques de commerce aux fins de la protection de la propriété intellectuelle (PI)? [NE PAS LIRE - SONDER: SI OUI QUEL EST CETTE OBSTACLE?]

Coût.....	01
Valeur.....	02
Intégrité de la protection de la propriété intellectuelle.....	03
.....	05
.....	06
.....	07
.....	08
.....	09
.....	10
Autre (précisez).....	88
.....	89
Je ne sais pas/Refuse de répondre	99

61:

Q9D

À votre avis...quel est l'obstacle le plus sérieux à l'enregistrement des dessins industriels aux fins de la protection de la propriété intellectuelle (PI)? [NE PAS LIRE - SONDER: SI OUI QUEL EST CETTE OBSTACLE?]

Coût.....	01
Valeur.....	02
Intégrité de la protection de la propriété intellectuelle.....	03
.....	05
.....	06
.....	07
.....	08
.....	09
.....	10
Autre (précisez).....	88
.....	89
Je ne sais pas/Refuse de répondre	99

62:

Q10

Votre entreprise consulte-t-elle dans Internet les bases de données suivantes, offertes gratuitement par les différents offices de la propriété intellectuelle comme source d'information aux fins du développement de produits ou de la surveillance de la concurrence?

Appuyez sur la touche " entrée " pour continuer..... 1



63:

Q10A

	<i>OUI</i>	<i>NON</i>	<i>JE NE SAIS PAS/Refuse de répondre</i>
<i>Bases de données sur les brevets</i>			
<i>Bases de données sur les marques de commerce</i>			
<i>Bases de données sur les dessins industriels</i>			
<i>Bases de données sur les droits d'auteur</i>			

67:

Q11A

Quelles bases de données sur les brevets des offices de la propriété intellectuelle avez-vous consultées depuis les 12 derniers mois ? [NE PAS LIRE]

Canada	01
É.-U.....	02
Europe.....	03
.....	04
Autres (précisez) :	88
.....	89
Je ne sais pas/Refuse de répondre	99

68:

Q11B

Quelles bases de données sur les marques de commerce des offices de la propriété intellectuelle avez-vous consultées depuis les 12 derniers mois ? [NE PAS LIRE]

Canada	01
É.-U.....	02
Europe.....	03
Autres (précisez) :	88
.....	89
Je ne sais pas/Refuse de répondre	99

69:

Q11C

Quelles bases de données sur les dessins industriels des offices de la propriété intellectuelle avez-vous consultées depuis les 12 derniers mois ? [NE PAS LIRE]

Canada	01
É.-U.....	02
Europe.....	03
Autres (précisez) :	88
.....	89
Je ne sais pas/Refuse de répondre	99



70:

Q11D

Quelles bases de données sur le droit d'auteur des offices de la propriété intellectuelle avez-vous consultées depuis les 12 derniers mois ? [NE PAS LIRE]

Canada	01
É.-U.....	02
Europe.....	03
.....	04
.....	05
.....	06
Autres (précisez) :	88
.....	89
Je ne sais pas/Refuse de répondre	99

71:

Q12

Votre entreprise utilise-t-elle des bases de données commerciales comme sources d'information aux fins du développement de produits ou de la surveillance de la concurrence?

OUI	1
NON.....	2
Je ne sais pas/Refuse de répondre	3

72:

Q13

Pour quels types de propriété intellectuelle avez-vous consulté une base de données commerciale ? (LIRE LA LISTE)

Brevets	1
Droits d'auteur	2
Dessins industriels.....	3
Marques de commerce	4
Je ne sais pas/Refuse de répondre	9

73:

Q14A

Quel est le nom de la ou des bases de données sur les brevets que vous avez consultées ? (Vous pouvez accepter jusqu'à trois réponses)

.....	01
.....	02
.....	03
.....	04
.....	05
.....	06
.....	07
Autre (préciser)	88
Je ne sais pas/Refuse de répondre	99



74:

Q14B

Quel est le nom de la ou des bases de données sur les droits d'auteur que vous avez consultées ?
(Vous pouvez accepter jusqu'à trois réponses)

.....	01
.....	02
.....	03
.....	04
.....	05
.....	06
.....	07
.....	08
.....	09
.....	10
Autre (préciser)	88
Je ne sais pas/Refuse de répondre	99

75:

Q14C

Quel est le nom de la ou des bases de données sur les dessins industriels que vous avez consultées ?
(Vous pouvez accepter jusqu'à trois réponses)

.....	01
.....	02
.....	03
.....	04
.....	05
.....	06
.....	07
.....	08
.....	09
Autre (préciser)	88
Je ne sais pas/Refuse de répondre	99



76:

Q14D

Quel est le nom de la ou des bases de données sur les marques de commerce que vous avez consultées ? (Vous pouvez accepter jusqu'à trois réponses)

.....	01
.....	02
.....	03
.....	04
.....	05
.....	06
.....	07
.....	08
.....	09
.....	10
.....	11
.....	12
.....	13
.....	14
.....	15
.....	16
.....	17
.....	18
Autre (préciser)	88
Je ne sais pas/Refuse de répondre	99

77:

Q15

La violation (c.-à-d. la contrefaçon) des droits de propriété intellectuelle constitue-t-elle un problème sérieux pour votre type d'entreprise?

Oui	1
Non.....	2
Je ne sais pas/Refuse de répondre	9

78:

Q16A

Votre entreprise a-t-elle été touchée par des violations (c.-à-d. contrefaçons) de vos droits de propriété intellectuelle ?

Oui	1
NON.....	2
Je ne sais pas/Refuse de répondre	9

79:

Q16B

Quel est le domaine de propriété intellectuelle où la violation (c.-à-d. la contrefaçon) vous préoccupe le plus? (Lire la liste)

Brevets	01
Marques de commerce	02
Droits d'auteur	03
Dessins industriels.....	04
.....	05
Autre (précisez) :.....	88
Je ne sais pas/Refuse de répondre	99



80:

Q17

Si vous aviez besoin de conseils spécialisés au sujet de la propriété intellectuelle, qui consulteriez-vous ? (NÉCESSAIRE : note d’entrevue au sujet du type de conseils) [NE PAS LIRE]

Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC)	01
Industrie Canada	02
Agent de brevets	03
Agent de marques de commerce	04
Office de la propriété intellectuelle à l’étranger (p. ex. USPTO, OEB, OMPI)	05
.....	
Avocat	06
Comptable/Conseiller financier	07
Consultant	08
.....	09
.....	10
.....	11
.....	13
.....	14
.....	15
.....	16
Autre (précisez) :	88
.....	89
Je ne sais pas/Refuse de répondre	99

81:

Q18

Si vous aviez besoin de renseignements généraux sur la propriété intellectuelle, qui consulteriez-vous ? (NÉCESSAIRE : Note d’entrevue sur ce qui constitue de l’information) [NE PAS LIRE]

Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC)	01
Industrie Canada	02
Agent de brevets	03
Agent de marques de commerce	04
Office de la propriété intellectuelle à l’étranger (p. ex. USPTO, OEB, OMPI)	05
.....	
Avocat	06
Comptable/Conseiller financier	07
Consultant	08
.....	09
.....	10
.....	11
.....	13
.....	14
.....	15
.....	16
Autre (précisez) :	88
.....	89
Je ne sais pas/Refuse de répondre	99



82:

Q19

Avez-vous déjà utilisé des produits d'information ou des services en matière de propriété intellectuelle fournis par l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC)? [NE PAS LIRE]

- Oui (préciser) 88
- Non/Aucun..... 02
- Foires/Salons professionnels/Expositions 03
- Séances d'information..... 04
- Brochures 05
- Site Web..... 06
- Centre de services à la clientèle 07
- Agents régionaux de développement des affaires de l'OPIC 08
- Je ne sais pas/Refuse de répondre 99

83:

Q20

L'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC) offre diverses sources d'information sur la propriété intellectuelle (PI). Dans quelle mesure jugez-vous utile chacun des éléments suivants ? Veuillez répondre en utilisant une échelle de 0 à 10, où 0 signifie inutile; 10, très utile et; 5, moyennement utile.

Appuyez sur la touche " entrée " pour continuer..... 1

84:

Q20A

	0 - signif ie inutil e	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 - très utile	DK/R EF
Foires/Salons professionnels/Expositions												
Séances d'information												
Brochures postées à votre entreprise												
Site Web/Internet												
Centre de services à la clientèle de l'OPIC												
Agents régionaux de développement des affaires de l'OPIC												



90:

Q21

Comment le gouvernement du Canada peut-il le mieux répondre à vos besoins d'information en matière de propriété intellectuelle ? (Réponse multiple - vous pouvez accepter jusqu'à trois réponses)

-01
-02
-03
-04
-05
-06
-07
-08
-09
-10
-11
-12
-13
-14
- Autre (préciser).....88
- Je ne sais pas/Refuse de répondre99

91:

D1

Finalement, je voudrais vous poser quelques questions à des fins de statistiques. Combien de personnes travaillent à plein temps pour votre entreprise ? [INSCRIRE LE NOMBRE APPROXIMATIF]

- Je ne sais pas/Refuse de répondre999

92:

D3

Depuis combien de temps votre entreprise existe-t-elle ? (INSCRIRE le nombre d'années, 0=moins d'un an)

- Je ne sais pas/Refuse de répondre999

93:

D4

Où est situé le siège social de votre entreprise? (SI NÉCESSAIRE, SONDER POUR UN PAYS)

- Canada01
- États-Unis.....02
- Autre (précisez) :.....88
- Je ne sais pas/Refuse de répondre99

94:

D5

Au cours des 24 derniers mois, combien de demandes de protection de la propriété intellectuelle votre entreprise a-t-elle déposées auprès de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC)? (INSCRIRE LE CHIFFRE APPROXIMATIF)

- Je ne sais pas/Refuse de répondre999



95: **RGH1**

Seriez-vous intéressé à participer à de futurs groupes de discussion ou table ronde concernant la rétroaction des clients pour l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC)?

Oui 1

Non..... 2

96: **RGH2**

Pourrais-je avoir votre nom?

97: **RGH3**

Pourrais-je avoir votre adresse courriel?

98: **RGH4**

Est-ce que nous pouvons vous joindre à ce numéro de téléphone? [IF NEW PHONE PLEASE ENTER IT, IF SAME PHONE NUMBER HIT ENTER TO CONTINUE] XXX-XXX-XXXX [Si la réponse est NON entrez 999-999-9999 comme le numéro de téléphone]

99: **INT99**

\$T

Voilà qui termine mon interview. Je vous remercie d'avoir bien voulu participer à notre étude.

Bonsoir.

Complétez CO



INTRO

Hello, my name is _____ I work for the Strategic Counsel, a national professional public opinion research company. I'm calling on behalf of the Government of Canada to conduct a short 15-minute survey with business people like you concerning their views on important business community issues. Let me assure you that we are not trying to sell you anything and that this interview is completely confidential. Your participation is voluntary and the information you provide will not identify you or your business. The survey results will help the Government of Canada improve its service to the Canadian business community. For this survey we are interviewing one person per company. May I please speak with a senior member of your business management team? For example a Vice President, Owner, CEO, CFO, COO, or President.

OK - CONTINUE OK

5:

GEND

DO NOT READ Note Gender of Respondent

- Male 1
- Female..... 2

6:

LANG1

DO NOT READ Record Language of Survey

- English 1
- French 2

7:

SCR1

Do you or anyone in your immediate family work for any of the following organizations...(Read List)

- The Government of Canada - Disqualified 1
- Market Research Firm - Disqualified..... 2
- None of the above - Continue 3
- Don't know/refused - Disqualified..... 9

11:

SCR2

Does your business/company employ over 500 people? (DO NOT READ)

- YES - (500 or More) - Disqualified 1
- NO - (Less than 500) - Continue..... 2
- Don't know/Refused - Disqualified 9

14:

SCR3

In your company, are you always, sometimes, rarely or never involved in the company's strategic decision making.

- Always 1
- Sometimes..... 2
- Rarely (Back to INTRO and Re-introduce) 3
- Never (Back to INTRO and Re-introduce) 4
- Don't know or Refused (Back to INTRO and Re-introduce)..... 9



15:

SCR4

And, are you always, sometimes, rarely or never involved in the company’s strategic decision making regarding the promotion, branding, image, development, research activities and marketing of your firm.

- Always 1
- Sometimes 2
- Rarely (Back to INTRO and Re-introduce) 3
- Never (Back to INTRO and Re-introduce) 4
- Don’t know or Refused (Back to INTRO and Re-introduce)..... 9

16:

SCR5

Is this company or organization a not for profit or charitable organization.

- Not for profit 1
- Charitable 2
- None of the Above 3
- Other 4
- Don not know or refused..... 9

17:

D2

What is your current title? (DO NOT READ LIST)

- Accountant/ Book keeper 01
- Administrative assistant/ Administrative manager..... 02
- Chief Executive Officer 03
- Controller/ Operator 04
- Co-owner/ Partner 05
- General Manager/ Director 06
- Manager (All mentions) 07
- Owner..... 08
- President..... 09
- Secretary Tresurer 10
- Secretary 11
- Vice-President..... 12
- Chief Financial Officer 13
- Executive Director 14
- Other (specify) 88
- DK/REF 99



18:

SCR6

What is your primary job function? (i.e: Your primary responsibilities and duties)

- Accounting/ Book keeping/ Finance/ Treasurer..... 01
- Administration/ Human Resources/ Payroll..... 02
- Everything 03
- Management..... 04
- Owner/ President/ CEO..... 05
- Running the business/ Making decisions 06
- Marketing/ Advertise 07
- Sales/ Billing/ Distribute 08
- Supervisor 09
- Design/ Research/ Development 10
- Service/ Customer service..... 11
- Operator/ Labour work/ Blue collar jobs 12
- Secretary/ Answering the phone/ Reception 13
- Consulting/ Estimating..... 14
- Purchasing..... 15
- White collar jobs/ Architect/ Engineer..... 16
- (SPECIFY)..... 88
- DK/REF 99

19:

Q1

What is the most important issue facing your company today? (DO NOT READ)

- Human Resources Issues..... 01
- Competitive Issues 02
- Supply Issues 03
- Demand Issues 04
- Production Issues 05
- Taxation Issues..... 06
- Operational Issues 07
- Attracting new customers/ Establishing our place in market 08
- Customer retention/service..... 09
- Capital/Financing 10
- Sales/Growth issues 11
- Economic Issues..... 12
- International Trade Issues/ Currency rates 13
- Fuel/Energy Prices 14
- Bureaucracy Issues/ Government Regulation 15
- Marketing..... 16
- Other Specify: 88
- Don't Know 89
- No issues/ None 90
- Refused 99



20:

Q2

Please indicate how familiar you are with the term Intellectual Property on a scale from 0-10 where 0 means you are not at all familiar, 10 means you are very familiar and 5 is the midpoint.

0 - not at all familiar.....	00
1	01
2	02
3	03
4	04
5	05
6	06
7	07
8	08
9	09
10 - very familiar	10
Do Not Know	89
Refused	99

21:

Q2A

Before we begin the main section of the survey I want to emphasize that there are no right or wrong answers to the survey. We are just looking for your honest views, attitudes and impressions. Now, when you hear the term Intellectual Property what is the first thing that comes to your mind?

Nothing	01
Copyright	02
Ownership	03
Patents	04
Software/ Computers/ Technology	05
Music/ Books/ Art.....	06
Ideas/ Information/ Knowledge/ Research.....	07
Trademarks/ Branding.....	08
Property/ Assets	09
Intelligence/ Intelligent People	10
Rights	11
Lawyers /Legal issues /Legal documents.....	12
Security/ Protection/ Privacy.....	13
Creation/ Developed Product/ Invention.....	14
Theft/ Dishonesty/ Fraud	15
Human resources/ People/ Executives	16
RECORD ANSWER (SPECIFY)	88
DK/Refused.....	99



22:

Q3

What if any formal methods or types of Intellectual Property (IP) protection can you name?
(OPEN-END: Do Not Read List, mark all mentions).

Patent Protection	01
Copyright Protection	02
Trade-mark Protection	03
Industrial Design Protection.....	04
Plant breeders' Rights Protection.....	05
Trade Secrets.....	06
License Agreements.....	07
Company Name	08
Integrated Circuit	09
Contracts	10
Software/ Computers/ Technology	11
Art/ Creative works.....	12
Government restrictions (General).....	13
Insurance.....	14
Lawyers/ Law suits	15
Other Specify:	88
Don't Know	89
None.....	90
Refused	99

23:

Q4

What organization is responsible for granting and or registering Intellectual Property (IP) rights in Canada? (Do Not Read list, record first mention only)

The Canadian Intellectual Property Office (CIPO).....	01
Industry Canada	02
The Canadian Bar Association.....	03
The Canada Revenue Agency	04
Your Provincial Government	05
The US Patents and Trademark Office	06
Statistics Canada	07
Justice Canada.....	08
The Government of Canada (Federal Government).....	09
Patent Office	10
Trade-Mark Office	11
Copyright Office	12
Agriculture and Agri-Food Canada.....	13
Government Department (General).....	14
Lawyers/Law firms	15
Other Private Organization	17
Other Specify:	88
Don't Know/Not Sure	89
Refused/Non-response	99



24:

Q4A

I am going to read you a list of private and public sector organizations, please tell me how familiar you are with each Organization and it's product and services on a scale from 0 to 10, where 0 means you are not at all familiar, 10 means you are very familiar and 5 is the mid-point.

CONTINUE 1

25:

Q4AA

	00 - not at all familiar	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10 - very familiar	DK/R EF.
Industry Canada												
Canada Revenue Agency												
CRTC (Canadian Radio-television and Telecommunications Commission)												
CIPO (Canadian Intellectual Property Office)												
The Royal Canadian Mint												
Nike												

31:

Q6

On a scale from 0-10 where 0 is not at all familiar, 10 is very familiar and 5 is the mid point, how familiar would you say you are with the following types of Intellectual Property protection?

Press Enter or click OK to Continue 1

32:

Q6A

	0 - not at all familiar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 - very familiar	DK/R EF.
Patents												
Trademarks												
Copyrights												
Industrial designs												
Trade secrets												



37:

Q7A

Where did you first learn about Intellectual Property protection for Patents? [DO NOT READ]

Fairs/Trade shows/exhibits/information sessions.....	01
Brochures	02
Newspaper or magazine articles.....	03
Internet/Web (general) - (Probe for specific web site or search engine)04	
Government of Canada (Probe - which dept).....	05
Industry Canada	06
CIPO (Canadian Intellectual Property Office)	07
In school.....	08
Business Associations	09
Banker	10
Lawyer	11
Accountant/Financial Advisor	12
Television/ Radio/ Media/ Reading	13
Personal experience/ Work	14
Word of mouth	15
Family member	16
Friend/ Acquaintance/ Colleague.....	17
Other (specify)	88
Had not / Just learned about it due to survey	89
DK/REF	99

38:

Q7AA

Internet/Web [Probe for specific web site or search engine] [DO NOT READ]

Google.....	01
Government of Canada Website (General)	02
Search Engine/ Web Search (General).....	03
Specific Web Site Or Search Engine:	88
DK/Refused.....	99

39:

Q7AB

Government of Canada [Probe which department] [DO NOT READ]

Ministry of commerce	01
National Library.....	02
National Research Council.....	03
Canada Business Service Center	04
Government of Canada Department:.....	88
DK/Refused.....	99



40:

Q7B

Where did you first learn about Intellectual Property protection for Copyrights? [DO NOT READ]

Fairs/Trade shows/exhibits/information sessions.....	01
Brochures	02
Newspaper or magazine articles.....	03
Internet/Web (general)	04
Government of Canada	05
Industry Canada	06
CIPO (Canadian Intellectual Property Office)	07
In school.....	08
Business Associations	09
Banker	10
Lawyer	11
Accountant/Financial Advisor	12
Television/ Radio/ Media/ Reading	13
Personal Experience/ Work.....	14
Word of Mouth	15
Family Member.....	16
Friend/ Acquaintance/ Colleague.....	17
Other (specify)	88
Had not/ Just learned about it due to survey	89
DK/REF	99

41:

Q7BA

Internet/Web [Probe for specific web site or search engine] [DO NOT READ]

Google.....	01
Government of Canada Website (General)	02
Search Engine/ Web Search (General).....	03
Yahoo	04
Specific Web Site Or Search Engine:	88
DK/Refused.....	99

42:

Q7BB

Government of Canada [Probe which department] [DO NOT READ]

National library	01
Canada business service center	02
Patent department.....	03
Government of Canada Department:.....	88
DK/Refused.....	99



43:

Q7C

Where did you first learn about Intellectual Property protection for Trade-marks? [DO NOT READ]

Fairs/Trade shows/exhibits/information sessions.....	01
Brochures	02
Newspaper or magazine articles.....	03
Internet/Web (general)	04
Government of Canada	05
Industry Canada	06
CIPO (Canadian Intellectual Property Office)	07
In school.....	08
Business Associations	09
Banker	10
Lawyer	11
Accountant/Financial Advisor	12
Television/ Radio/ Media/ Reading	13
Personal Experience/ Work.....	14
Word of Mouth	15
Family member	16
Friend/ Acquaintance/ Colleague.....	17
Other (specify)	88
Had not/ Just learned about it due to survey	89
DK/REF	99

44:

Q7CA

Internet/Web [Probe for specific web site or search engine] [DO NOT READ]

Google.....	01
Government of Canada Website (General)	02
Yahoo	03
Specific Web Site Or Search Engine:	88
DK/Refused.....	99

45:

Q7CB

Government of Canada [Probe which department] [DO NOT READ]

Revenue Canada.....	01
Registry	02
National Library	03
Industry Canada	04
Canada Business Service Center	05
Corporate Registration Department	06
Government of Canada Department:.....	88
DK/Refused.....	99

46:

Q7C1

To your knowledge, does registering a business name protect your trade-marks? [DO NOT READ]

Yes	1
No.....	2
DK/Refused.....	9



47:

Q7C2

Please tell us the difference between a business name registration and a Trade-mark registration.

[DO NOT READ]

BNR is only the Name of the Business/ Registers the Business	01
A Trade Mark is a Logo or Product/ Not the Company Name	02
They are Registered with Different Offices/ Processes.....	03
Trade Mark registration gives more or exclusive protection.....	04
Trade Mark protection has a wider jurisdiction	05
Trade Marks means that you own your company name.....	06
Business name is for taxation or financial purposes	07
Other (specify)	88
DK/Refused.....	99

48:

Q7C3

To your knowledge, does registering a business name protect your trade-marks?

Why do you say that?

Once it's registered, nobody else can use it/ For protection.....	01
It was the right thing to do/ Common knowledge/ Advice	02
Registration allows you to own/protect Trade Marks	03
My company is registered/ Because it's registered	04
Personal experience.....	05
Spent money for it/ Because of the cost.....	06
It's the Law/ Legally yours	07
They are two different things	08
Other (specify)	88
DK/Refused.....	99

49:

Q7D

Where did you first learn about Intellectual Property protection for Industrial designs? [DO NOT READ]

Fairs/Trade shows/exhibits/information sessions.....	01
Brochures	02
Newspaper or magazine articles.....	03
Internet/Web (general)	04
Government of Canada	05
Industry Canada	06
CIPO (Canadian Intellectual Property Office)	07
In school.....	08
Business Associations	09
Banker.....	10
Lawyer	11
Accountant/Financial Advisor	12
Television/ Radio/ Media/ Reading	13
Personal Experience/ Work.....	14
Word of Mouth	15
Family member	16
Friend/ Acquaintance/ Colleague.....	17
Other (specify)	88
Had not/ Just learned about it due to survey	89
DK/REF	99



50:

Q7DA

Internet/Web - Probe for specific web site or search engine

Google.....	01
CIPO Office Website	02
Yahoo.....	03
Specific Web Site Or Search Engine:	88
DK/Refused.....	99

51:

Q7DB

Government of Canada - Probe which department

Industrial Design Department	01
Revenue Canada.....	02
Government of Canada Department:.....	88
DK/Refused.....	99

52:

Q8

As you may know, Intellectual Property refers to creations of the mind, such as inventions, literary and artistic works, as well as symbols, names, pictures, designs and models used in business. Patents, Trade-marks, Copyrights, Industrial designs, Integrated circuit topographies and Plant breeders' rights are referred to as Intellectual Property rights.

Press Enter or click OK to Continue 1

53:

Q8A

Now, does your business have any assets that you think could be classified as Intellectual Property? [DO NOT READ]

YES.....	1
NO.....	2
Unsure/Maybe.....	3
DK/REF	9

54:

Q8B

I am going to read you a list of types and methods of Intellectual Property (IP) protection. Please indicate which ones you have used or currently use to protect your Intellectual Property assets?

Patents.....	01
Trade-marks	02
Copyrights.....	03
Industrial designs	04
Trade Secrets.....	05
License Agreements.....	06
Other (e.g. Plant Breeder, Integrated Circuit)	07
None.....	98
DK/REF	99



55:

Q8C

Generally speaking, why have you not registered your Intellectual Property (IP) assets? [DO NOT READ]

Did not know about Intellectual Property (IP) protection	01
Did not know how to.....	02
Did not know you could.....	03
Did not know where to go to seek Intellectual Property (IP) Protection	04
Did not see the value of it	05
Intellectual Property (IP) protection is Too Costly	06
Lack of Expertise	07
Did not think it was necessary	08
Lack of time/ Have yet to get around to it.....	09
Other Specify	88
DK/REF	99

56:

Q8D

Does your business conduct Research and Development (R&D)? [DO NOT READ]

Yes	1
No.....	2
DK/REF	9

57:

Q8E

Please rate your firm's level of activity in the area of Research and Development on the scale 0 to 10 where 0 means your firm is not at all active, 10 means your firm is very active and 5 is the mid-point.

00 - not at all active.....	01
01	02
02	03
03	04
04	05
05	06
06	07
07	08
08	09
09	10
10 - very active.....	11
DK/REF	99



58:

Q9A

In your view... are there any significant impediments to filing for Intellectual Property (IP) protection for Patents? [PROBE: If so, what are they?] [DO NOT READ]

Cost.....	01
Value.....	02
Integrity of Intellectual Property protection.....	03
Bureaucracy	05
Time / Long process.....	06
Lack of information / Too much research required.....	07
Complicated process	08
Security/ Idea theft/ Espionage/ Copy.....	09
Yes (Unspecified)	10
Other (specify)	88
No/ None.....	89
DK/REF	99

59:

Q9B

In your view... are there any significant impediments to filing for Intellectual Property (IP) protection for Copyrights? [PROBE: If so, what are they?] [DO NOT READ]

Cost.....	01
Value.....	02
Integrity of Intellectual Property protection.....	03
Bureaucracy	05
Time / Long process.....	06
Lack of information / Too much research required.....	07
Complicated process	08
Security/ Idea theft/ Espionage/ Copy.....	09
Yes (Unspecified)	10
Other (specify)	88
No/ None.....	89
DK/REF	99

60:

Q9C

In your view... are there any significant impediments to filing for Intellectual Property (IP) protection for Trade-marks? [PROBE: If so, what are they?] [DO NOT READ]

Cost.....	01
Value.....	02
Integrity of Intellectual Property protection.....	03
Bureaucracy	05
Time / Long process.....	06
Lack of information / Too much research required.....	07
Complicated process	08
Security/ Idea theft/ Espionage/ Copy.....	09
Yes (Unspecified)	10
Other (specify)	88
No.....	89
DK/REF	99



61:

Q9D

In your view... are there any significant impediments to filing for Intellectual Property (IP) protection for Industrial designs? [PROBE: If so, what are they?] [DO NOT READ]

- Cost.....01
- Value.....02
- Integrity of Intellectual Property protection.....03
- Bureaucracy05
- Time / Long process.....06
- Lack of information / Too much research required.....07
- Complicated process08
- Security/ Idea theft/ Espionage/ Copy.....09
- Yes (Unspecified)10
- Other (specify)88
- No.....89
- DK/REF99

62:

Q10

Does your company use any of the following free Internet databases offered by various Intellectual Property Offices as a source of information for product development and/or competition monitoring?

Press Enter or click OK to Continue 1

63:

Q10A

	<i>Yes</i>	<i>No</i>	<i>DK/REF</i>
<i>Patent databases</i>			
<i>Trade-mark databases</i>			
<i>Industrial design databases</i>			
<i>Copyright databases</i>			

67:

Q11A

Which Intellectual Property Offices' Patent database have you consulted in the last 12 months? [DO NOT READ]

- Canada01
- US02
- Europe.....03
- World wide/ International04
- Other Specify:88
- None.....89
- DK/REF99



68: **Q11B**

Which Intellectual Property Offices' Trade-mark database have you consulted in the last 12 months? [DO NOT READ]

Canada	01
US	02
Europe.....	03
Other Specify:	88
None.....	89
DK/REF	99

69: **Q11C**

Which Intellectual Property Offices' Industrial design database have you consulted in the last 12 months? [DO NOT READ]

Canada	01
US	02
Europe.....	03
Other Specify:	88
None.....	89
DK/REF	99

70: **Q11D**

Which Intellectual Property Offices' Copyright database have you consulted in the last 12 months? [DO NOT READ]

Canada	01
US	02
Europe.....	03
SOCAN.....	04
CANCOPY	05
Quick Book Pro.....	06
Other Specify:	88
None.....	89
DK/REF	99

71: **Q12**

Does your company use commercial databases as a source of information for product development and/or competition monitoring?

YES.....	1
NO.....	2
DK/REF	3

72: **Q13**

For what types of Intellectual Property did you consult a commercial database? (READ LIST)

Patents	1
Copyrights.....	2
Industrial designs	3
Trade-marks	4
DK/REF	9

73:

Q14A

What was the name of the Patent database (s) you consulted? (Accept up to three responses)

US patent office	01
Canadian Patent Office	02
NERAC	03
Lawyer Firm.....	04
Swine research databases	05
Database.....	06
Freepatentonline.com	07
Other (specify)	88
DK/REF	99

74:

Q14B

What was the name of the Copyright database (s) you consulted? (Accept up to three responses)

US Copyright office	01
ONAX	02
NERAC	03
SOCAN	04
ABE books	05
Canadian Corporate office	06
Dialog.....	07
Kingamatic	08
Cantax	09
DNB Strategy.....	10
Other (specify)	88
DK/REF	99

75:

Q14C

What was the name of the Industrial design database (s) you consulted? (Accept up to three responses)

Manufacturers spec and process.....	01
Magazines	02
NERAC	03
Autoglass	04
Yahoo.....	05
Website (General)	06
Accounting.....	07
Accumap	08
Freepatentsonline.com	09
Other (specify)	88
DK/REF	99



76:

Q14D

What was the name of the Trade-mark database (s) you consulted?

CIPO	01
NAMM.....	02
NERAC.....	03
Avocat.....	04
Website (General)	05
CBC business reference	06
BMO reference.....	07
Geshnier	08
Google.....	09
Bowen’s services	10
AC Delco	11
US Patent	12
Canadian Patent	13
UK Patent.....	14
SONEX	15
Gears	16
Fertichem	17
Vitro Vert.....	18
Other (specify)	88
DK/REF	99

77:

Q15

For your type of business is the violation or infringement of Intellectual Property rights a significant concern?

Yes	1
No.....	2
Don’t know/REF.....	9

78:

Q16A

Has your company been affected by violations or infringements of your Intellectual Property rights?

Yes	1
No.....	2
Don’t know/REF.....	9

79:

Q16B

Which type of Intellectual Property violation or infringement concerns you most? (Read List)

Patents	01
Trade-marks	02
Copyrights.....	03
Industrial designs	04
Trade secret theft.....	05
Other Please Specify:	88
DK/REF	99



80:

Q17

If you needed expert advice about Intellectual Property whom would you consult? [DO NOT READ]

Canadian Intellectual Property Office (CIPO)	01
Industry Canada	02
Patent Agent.....	03
Trade-mark Agent.....	04
Foreign Intellectual Property Office (E.G USPTO, EPO,WIPO)	05
Lawyer	06
Accountant/Financial Advisor	07
Consultant	08
Internet search/ Google	09
Federal Government website/Federal Government.....	10
Government website/Government (General)	11
Government Agencies.....	13
Peer/ Family/ Friends	14
Business colleague	15
Legal advisor/ Notairies	16
Other (Specify):	88
No One	89
DK/REF	99

81:

Q18

If you needed general information about Intellectual Property whom would you consult? [DO NOT READ]

Canadian Intellectual Property Office (CIPO)	01
Industry Canada	02
Patent Agent.....	03
Trade-mark Agent.....	04
Foreign Intellectual Property Office (E.G USPTO, EPO,WIPO)	05
Lawyer	06
Accountant/Financial Advisor	07
Consultant	08
Internet search/ Google	09
Federal Government website/ Federal Government.....	10
Government website/Government (General)	11
Government Agencies.....	13
Peer/ Family/ Friends	14
Business colleague	15
Legal advisor/ Notaries	16
Other (Specify):	88
No One	89
DK/REF	99



82:

Q19

Have you ever used Intellectual Property information products or services provided by the Canadian Intellectual Property Office (CIPO)? [DO NOT READ]

Yes (specify) 88
 No/None 02
 Fairs/Trade Shows/Exhibits 03
 Info Sessions 04
 Brochures 05
 Website 06
 Client Service Centre 07
 CIPO Regional Business Development Officers..... 08
 DK/REF 99

83:

Q20

The Canadian Intellectual Property Office (CIPO) provides various sources of Intellectual Property (IP) information. How useful do you consider each of the following. Please respond using a scale from 0 to 10 where 0 means not at all useful, 10 means very useful, and 5 is the mid point. How about...?

Press Enter or click OK to Continue 1

84:

Q20A

	0 - not at all useful	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 - very useful	DK/R EF
<i>Fairs/Trade Shows/Exhibits</i>												
<i>Info Sessions</i>												
<i>Brochures mailed to your business</i>												
<i>Website/Internet</i>												
<i>CIPO's Client Service Centre</i>												
<i>CIPO Regional Business Development Officers</i>												



90:

Q21

How could the Government of Canada best support your Intellectual Property information needs?
[Accept up to three responses]

Advertise your services.....	01
Internet/ Website/ E-mail.....	02
Brochures.....	03
Provide more information.....	04
No needs concerning IP.....	05
Information sessions/ Trade-shows.....	06
Streamline procedures.....	07
Toll Free line/Speak with an agent.....	08
Mailings.....	09
They can't help.....	10
Lower taxes/ Reduce cost of the process.....	11
Current strategy is good / Doing a good job.....	12
Better laws and stronger repercussions.....	13
Providing more grants.....	14
Other (specify).....	88
DK/REF.....	99

91:

D1

Finally, I have a few questions for statistical purposes. How many employees work full-time in your company? [RECORD RAW NUMBER]

DON'T KNOW/REFUSED.....	999
-------------------------	-----

92:

D3

How long has your company been in business? (RECORD number of years , 0=less than a year)

DON'T KNOW/REFUSED.....	999
-------------------------	-----

93:

D4

Where is the head office of your company based? (Probe for country)

Canada.....	01
United States.....	02
Other Country Specify:.....	88
DK/REF.....	99

94:

D5

In the past 24 months, how many applications for Intellectual Property protection has your business filed with the Canadian Intellectual Property Office (CIPO)? (RECORD RAW NUMBER)

DON'T KNOW/REFUSED.....	999
-------------------------	-----

95:

RGH1

Would you be interested in participating in future Canadian Intellectual Property Office (CIPO) focus group discussions or client feedback panels?

Yes.....	1
No.....	2



96:

RGH2

Could I get your name please? (ASK THEM TO SPELL IT)

97:

RGH3

Could I get your email address please? (ASK THEM TO SPELL IT) [IF NO HIT ENTER TO CONTINUE]

98:

RGH4

Can we contact you at this telephone number? [IF NEW PHONE PLEASE ENTER IT, IF SAME PHONE NUMBER HIT ENTER TO CONTINUE] XXX-XXX-XXXX [If response is "NO" then enter 999-999-9999 as the phone number]

99:

INT99

\$T
That's all the questions I have for you. Thank you for participating in this study. Have a great evening.
Complete..... CO



III. Annexe B – Répartition des appels

**RÉPARTITION DES APPELS – 26 JANVIER 2007**

OPIC – Protection de la propriété intellectuelle au Canada : Sensibilisation, janvier 2007

RÉPARTITION DES APPELS		Total	%
CO	Oui – Entrevue achevée	2 106	10,11
***	Entrevues achevées au total	2 106	10,11
INT	Répondant écarté	228	1,09
***	Répondants écartés au total	228	1,09
QF	Contingent atteint	50	0,24
***	Appels interrompus pour cause de contingent atteint	50	0,24
MR	Refus en cours d'entrevue	223	1,07
ND	Répondant non disponible pour la durée du sondage	437	2,10
***	Appels interrompus au total	660	3,17
LE	Obstacle de langue – le répondant ne parle ni l'anglais, ni le français	135	0,65
IL	Maladie/incapacité/surdité	30	0,14
***	Appels interrompus pour cause d'obstacle de langue	165	0,79
SEF	Renvoi à un enquêteur anglophone/francophone	150	0,72
EFI	Interruption en cours d'entrevue	41	0,20
CC	Retours d'appel	4 443	21,32
***	Retours d'appel au total	4 634	22,24
DI	N'acceptent pas les appels entrants	65	0,31
CN	Refus, téléphone cellulaire	151	0,72
RF	Refus	5 297	25,42
***	Refus au total	5 513	26,46
BU	Ligne occupée	121	0,58
NA	Pas de réponse	1 285	6,17
AM	Répondeur	2 474	11,87
***	Pas de réponse au total	3 880	18,62
NI	Ligne hors service	2 271	10,90
FM	Numéro de télécopieur/modem	425	2,04
BN	Numéro résidentiel	906	4,35
***	Hors service au total	3 602	17,29
***	Total	20 838	100*



RÉPARTITION DES APPELS

Nombre total de communications = retours d'appel + refus + appels interrompus + contingents atteints + obstacles de langue + entrevues achevées + répondants écartés
13 356 = 4 634 + 5 513 + 660 + 50 + 165 + 2 106 + 228

Taux d'incidence = (entrevues achevées + appels interrompus + contingents atteints) / (entrevues achevées + appels interrompus + contingents atteints + répondants écartés) * 100
92,51 % = (2 106 + 660 + 50) / (2 106 + 2 106 + 50 + 228) * 100

Taux de refus* (selon le nombre total de communications) = (refus + appels interrompus) / nombre total de communications * 100
46,22 % = (5 513 + 660) / 13 356 * 100

Taux de réponse* = Entrevues achevées / (entrevues achevées + (entrevues achevées / (entrevues achevées + contingents atteints + répondants écartés)) * (total d'appels sans réponse + total de lignes hors service + total d'appels interrompus) * 100
22,65 % = 2 106 / (2 106 + (2 106 / (2 106 + 50 + 228)) * (3 880 + 3 602 + 660) * 100
