



**Sondage de référence 2004/2005
auprès des intervenants de la
Direction des produits de santé naturels**

Rapport final

Santé Canada

Numéro de contrat : H1011-040050/001/CY

POR-04-36

Mars 2005

Decima
RESEARCH INC

Confidentialité

Toute documentation ou information fournie par Santé Canada et toutes les données recueillies par Decima seront traitées de manière confidentielle par Decima et seront conservées de manière sécuritaire pendant qu'ils se trouvent dans les locaux de Decima (conformément aux normes de l'industrie et aux lois pertinentes en la matière).



Decima Research is
ISO 9001:2000 CERTIFIED

Toronto

2345, rue Yonge
Bureau 405
Toronto (ON)
M4P 2E5
(416) 962-2013

info@decima.com

Ottawa

160, rue Elgin
Bureau 1820
Ottawa (ON)
K2P 2P7
(613) 230-2013

www.decima.com

Montréal

630, rue Sherbrooke Ouest
Bureau 1101
Montréal (QC)
H3A 1E4
(514) 288-0037

Table des matières

| | |
|---|----|
| 1. Introduction..... | 1 |
| 2. Sommaire | 5 |
| 3. Analyse détaillée | 9 |
| 3.1. Profil des participants et niveau de connaissance de la réglementation | 9 |
| 3.1.1. Profil de l'industrie | 10 |
| 3.1.2. Profil des praticiens | 29 |
| 3.1.3. Profil des intervenants à but non lucratif et du secteur public | 33 |
| 3.2. Renseignements généraux et services offerts par la DPSN | 35 |
| 3.2.1. Renseignements et services offerts par la DPSN | 35 |
| 3.2.2. Formulaires | 40 |
| 3.2.3. Site web de la DPSN | 43 |
| 3.2.4. Les délais d'attente | 44 |
| 3.2.5. Les attitudes envers les renseignements et les services offerts par la DPSN | 44 |
| 3.2.6. Les attitudes envers la DPSN et la réglementation sur les PSN | 48 |
| 3.3. Les renseignements et services offerts par la DPSN à l'intention de l'industrie | 49 |
| 3.3.1. Le profil des renseignements requis | 49 |
| 3.3.2. La satisfaction envers le processus de demande | 51 |
| 3.3.3. La satisfaction envers la correspondance avec la DPSN..... | 53 |
| 3.3.4. Les délais d'attente avant d'obtenir une décision | 55 |
| 4. Méthodologie | 57 |



1. Introduction

Le 1^{er} janvier 2004, la responsabilité de la réglementation des produits de santé naturels (PSN) offerts à la population canadienne a été confiée à la Direction des produits de santé naturels (DPSN). La mission de la DPSN consiste à s'assurer que les produits de santé naturels auxquels la population canadienne a accès soient sécuritaires, efficaces et de grande qualité, tout en respectant la diversité philosophique et culturelle de chacun.

La DPSN offre à des groupes cibles désirant s'informer au sujet de la réglementation canadienne sur les produits de santé naturels une gamme de services proposant des informations et des renseignements essentiels. La DPSN est en outre chargée du processus de demande de licence visant les PSN, du mécanisme d'appel et de la communication d'informations portant sur l'innocuité des produits. Les renseignements et les services susdits sont notamment offerts afin de faciliter le déroulement du processus réglementaire et pour guider les clients dans ce processus, en incitant chacun à se conformer à la réglementation. Ils sont également offerts à l'intention des consommateurs, avec le souci de renforcer leur confiance à l'égard de ces produits et leurs connaissances à ce sujet, facilitant du même coup l'accès de la population canadienne à des produits de santé naturels sécuritaires, efficaces et de grande qualité, concrétisant ainsi les objectifs de la mission que la DPSN s'est donnée.

Partant, afin de parfaire la planification et le développement de ses activités, la DPSN a confié au cabinet Decima Research Inc. le mandat d'effectuer un sondage auprès des intervenants du secteur des PSN. La DPSN a établi deux principaux objectifs à atteindre dans le cadre de ce sondage :

- En premier lieu, il importe de pouvoir dresser un portrait clair de l'industrie des produits de santé naturels et des groupes cibles qui s'intéressent à ces produits. Les résultats du sondage serviront à établir un profil de l'industrie des produits de santé naturels au Canada. Ce profil servira de référence aux études commandées ultérieurement par la DPSN afin d'évaluer la satisfaction de la clientèle, ses besoins et l'état des demandes.
- En deuxième lieu, il importe d'établir un étalon de référence mesurant la satisfaction des intervenants à l'égard des services et des renseignements offerts par la DPSN. Cette dernière a l'intention d'utiliser les résultats du sondage afin d'améliorer la transparence, l'ouverture et la responsabilisation dans le déroulement de ses activités, ce qui permettra de renforcer la confiance et les liens avec les intervenants tout en optimisant les processus opérationnels.

Le sondage a été réalisé en procédant à des entrevues téléphoniques auprès d'un échantillon représentatif de 2 188 intervenants du secteur des PSN. Les groupes d'intervenants participant au sondage sont répartis comme suit :

- Industrie : fabricants, distributeurs, importateurs, détaillants, étiqueteurs, et emballeurs du secteur des PSN;



- Praticiens : des chiropraticiens, naturopathes, nutritionnistes, acuponcteurs, homéopathes, praticiens en médecine alternative et holistique, herboristes, pharmaciens, médecins, diététiciens et physiothérapeutes;
- À l'interne : des représentants de ministères et directions du gouvernement fédéral, et de sociétés d'État dont les activités commerciales pourraient être affectées par la réglementation des PSN au Canada;
- Organismes à but non lucratif : des représentants de diverses ONG et associations de réglementation provinciales et territoriales; et
- Au plan international : des représentants de gouvernements d'autres pays pouvant être affectés par la réglementation ou s'intéressant à la réglementation canadienne en la matière.

Les résultats obtenus de cet échantillonnage sont exacts pour la population entière des intervenants, avec une marge de plus ou moins 2,1 dans 19 échantillons sur 20. Puisque l'un des objectifs de l'étude était d'établir un profil de l'industrie des PSN, une attention particulière a été apportée à l'élaboration de l'échantillon pour ce groupe. Un total de 1 060 intervenants de l'industrie ont été interviewés, sur une possibilité de quelque 3 500 entreprises faisant le commerce des produits de santé naturels au Canada, s'agissant là d'un échantillon d'une grande fiabilité.¹ Une description plus détaillée de la méthodologie employée dans la réalisation de cette étude apparaît à la fin du présent rapport.

Ce rapport présente tout d'abord un sommaire des résultats et des principales conclusions de l'étude, puis l'analyse détaillée des résultats de l'étude en fonction des groupes d'intervenants interviewés.

¹ Selon les données du *Test de l'impact sur les entreprises – Règlement sur les produits de santé naturels*, réalisé par Conseils et Vérification Canada.



2. Sommaire

Ce rapport révèle les résultats du sondage de référence portant sur le profil des intervenants de la Direction des produits de santé naturels (DPSN) et sur les renseignements et services qu'elle offre. Cette étude mesure le niveau de satisfaction des intervenants et le questionnaire pourra être utilisé à nouveau pour suivre l'évolution du niveau de satisfaction.

La majorité des participants à cette étude proviennent de l'industrie des produits de santé naturels (PSN) ou pratiquent dans le domaine des soins de santé. Les ONG, les organismes et les associations de réglementation provinciaux, les intervenants du gouvernement fédéral et les sociétés d'État sont aussi bien représentés.

2.0.0.1. Profil des intervenants

L'industrie des PSN est principalement constituée de détaillants et de distributeurs, les fabricants et les importateurs/exportateurs arrivent au deuxième rang :

- La répartition régionale de l'industrie des PSN est similaire à celle de l'ensemble des industries canadiennes;
- En moyenne, les entreprises de PSN sont en activité pendant 14 ans;
- La majorité des entreprises de PSN sont des sociétés canadiennes dont les propriétaires sont canadiens;
- Il s'agit majoritairement de petites entreprises dont le chiffre d'affaires brut est inférieur à un million de dollars;
- La majorité des entreprises oeuvrent uniquement dans le domaine des PSN, et environ la moitié d'entre elles possèdent des DIN, des NPN ou des DIN-HM;
- L'industrie des PSN est impliquée dans nombre d'activités, dont la recherche et le développement, les ventes par Internet ainsi que l'importation et l'exportation de PSN;
- Les entreprises de PSN ont généralement une portée géographique locale.
- Le public cible est très large et principalement adulte; et
- Quatre intervenants de l'industrie sur cinq sont au courant de la réglementation en matière de PSN.

Dans le cadre de cette étude, nous avons aussi interrogé des médecins qui pratiquent une médecine complémentaire ou alternative, qu'elle soit à base de PSN ou non, ainsi que des médecins généralistes de partout au Canada.

- Une proportion importante de tous les médecins vendent des PSN. Le quart des médecins qui pratiquent une médecine complémentaire ou alternative à base de PSN font eux-même la composition de leurs remèdes en fonction de chaque patient.



- Environ la moitié des médecins sont au courant de la réglementation en matière de PSN.

Nous avons aussi interrogé d'autres intervenants tels des représentants d'ONG, d'organismes provinciaux de réglementation et du gouvernement fédéral. Ces intervenants connaissent très bien la DPSN et la réglementation, en effet six répondants sur dix connaissaient les deux.

2.0.0.2. Renseignements généraux et services offerts par la DPSN

La satisfaction des répondants à l'égard des renseignements et des services offerts par la DPSN est mitigée. Les communications directes sont le seul secteur qui a reçu une note positive de plus de 70 pour cent des intervenants. Les thèmes récurrents qui expliquent pourquoi les services de renseignements ne sont pas satisfaisants (à l'exception de ceux relatifs aux communications), sont les suivants :

- Renseignements inadéquats, entre autres des renseignements confus, non conviviaux, contradictoires ou inutiles;
- Manque de renseignements, dont des renseignements incomplets, le manque d'exemples, la difficulté d'obtenir des renseignements et ne pas être mis au courant des mises à jour; et
- Langage et terminologie portant à confusion, y compris la piètre qualité de la langue parlée et écrite et l'impossibilité pour le répondant d'obtenir des services dans la langue officielle de son choix.

Les commentaires relatifs aux services de communications (ligne téléphonique sans frais, l'adresse courriel principale et celle pour la soumission des demandes ainsi que les communications directes) portent davantage sur le manque d'effectifs et la lenteur du temps de réponse, suivis du manque de renseignements et des renseignements inadéquats. On a noté peu de plaintes à propos du professionnalisme et de la collaboration des employés.

Du côté positif, les utilisateurs des renseignements et des services les plus couramment utilisés en étaient relativement satisfaits. Tous les renseignements et les services utilisés par plus de la moitié des clients ont reçu une note favorable d'au moins 50 % des intervenants. Ces types de renseignements et de services incluent la communication directe (74 % de satisfaction), le guide de référence sur les bonnes pratiques de fabrication (64 %), et le site Web de la DPSN (61 %), suivi des monographies (55 %), les guides de référence (55 %) et les documents concernant la conformité (51 %). À l'opposé, les types de renseignements et les services qui ont obtenu des résultats faibles au chapitre de la satisfaction ne sont pas très utilisés.

Les répondants ont évalué les formulaires de la DPSN comme n'étant pas très faciles à remplir. Ils ont trouvé que le formulaire de demande de licence de site d'exploitation, le formulaire descriptif de notification, le formulaire supplémentaire de rapport sur l'assurance de la qualité, le formulaire de qualifications de la personne à l'assurance qualité, le formulaire de rapport sur l'assurance de la qualité et les formulaires en ligne (en général) étaient les plus difficiles à remplir. Pour améliorer les



formulaire, les participants ont suggéré, entre autres, de fournir des renseignements plus détaillés et plus exacts, y compris des directives et des exemples, de revoir la mise en page et d'utiliser une terminologie plus claire.

L'évaluation du site Web varie de passablement positive à fortement positive. Les répondants ont accordé les meilleures notes aux aspects suivants : *les formulaires sont faciles à imprimer, le site est facile à trouver, j'ai entièrement confiance que ma vie privée est protégée sur ce site et il est facile de s'inscrire en ligne*. Les aspects qui suivent n'ont pas obtenu d'aussi bonnes notes : *il est facile de trouver ce que je cherche, j'ai utilisé la foire aux questions en ligne pour trouver réponse à mes questions ainsi que j'y ai trouvé des liens utiles vers d'autres sites*.

Le niveau de satisfaction envers des services précis de la DPSN est relativement bas et se situe entre 40 % et 60 % pour la majorité des services. Les répondants accordent un niveau d'importance très élevé à toutes les caractéristiques relatives aux renseignements et aux services (80 % à 95 %) ce qui nous donne des écarts entre le niveau d'importance et le niveau de satisfaction de 35 % dans la plupart des cas.

Le niveau de satisfaction à l'égard du rendement des employés de la DPSN lorsqu'ils fournissent des renseignements et des services, tout comme les renseignements et les services eux-mêmes, est variable; moins de la moitié des intervenants les ont évalués comme étant satisfaisants.

Les attitudes envers la DPSN et la réglementation sur les PSN sont en général négatives et varient de 19 % qui croient que *la DPSN communique de façon efficace avec les consommateurs canadiens en ce qui concerne la réglementation en matière de produits de santé naturels* à 45 % qui croient que *la réglementation en matière de produits de santé naturels permettra d'assurer que tous les Canadiens et les Canadiennes auront accès à des produits de santé naturels sécuritaires, efficaces et de haute qualité*.

2.0.0.3. Renseignements et services offerts par la DPSN à l'industrie

Plus de la moitié des intervenants du milieu qui connaissent la DPSN et la réglementation en matière de PSN ont soumis à la Direction au moins une demande liée aux PSN ou ont reçu de la correspondance à ce sujet. La majorité des demandes ne sont qu'en début de processus. Les demandeurs sont insatisfaits du processus de soumission et suggèrent de l'accélérer et d'accroître les effectifs pour en améliorer l'efficacité. Toutefois, il semble y avoir une tendance voulant que le niveau de satisfaction des répondants s'améliore au fur et à mesure que le processus avance. Il se peut donc que les répondants soient insatisfaits de la durée du processus et non du processus lui-même.

Les répondants ont accordé une note assez faible à la majorité des documents informationnels et des communications reçus pendant le processus de soumission, la plupart ayant été évalués de façon positive dans des proportions variant entre le tiers et la moitié des intervenants. Il y a cependant



quelques exceptions dont l'accusé réception d'une demande, la lettre d'émission d'une licence
d'exploitation et la lettre d'émission d'une licence de mise en marché.



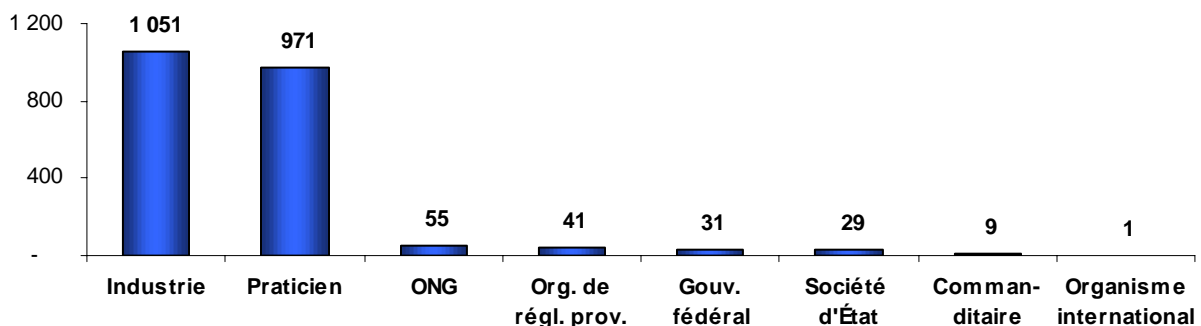
3. Analyse détaillée

3.1. Profil des participants et niveau de connaissance de la réglementation

Afin d'obtenir la meilleure concordance entre les questions posées et l'implication des participants au sein de l'industrie des produits de santé naturels, l'on a tout d'abord demandé aux intervenants participant au sondage de préciser le type d'organisation et leur niveau de connaissance de la réglementation sur les produits de santé naturels et de la Direction des produits de santé naturels (DPSN).

La majorité des participants provient de l'industrie des produits de santé naturels (48 %) ou du milieu des praticiens du secteur de la santé (44 %). Parmi les autres groupes représentés, signalons : les ONG (2,5 %), les associations de réglementation provinciales (1,9 %), le gouvernement fédéral (1,4 %), et les sociétés d'État (1,3 %). Moins d'un pour cent des participants représentaient des instituts de recherche ayant présenté une demande de licence (0,4 %, soit 9 cas) ou encore des organismes internationaux (1 cas).

Graphique 1 : Composition de l'échantillon
n = 2 188



L'on a demandé à tous les participants s'ils connaissaient l'existence de la réglementation sur les produits de santé naturels et de la DPSN. Seulement les participants qui connaissaient les deux ont été invités à répondre au reste des questions du sondage, y compris la section sur le profil des participants. Les participants qui ne connaissaient pas l'existence de la DPSN ou de la réglementation étaient invités à répondre uniquement à la section sur le profil des participants.

La cueillette de données sur le profil de tous les intervenants du secteur des PSN était nécessaire notamment afin de satisfaire le premier objectif de l'étude mais également afin de dresser un portrait clair de l'industrie des produits de santé naturels et des groupes cibles qui s'intéressent à ces produits. Cette section du rapport dresse le profil de chacun des principaux groupes d'intervenants et présente le niveau de connaissance de chacun en ce qui concerne la réglementation sur les produits de santé naturels et la DPSN.

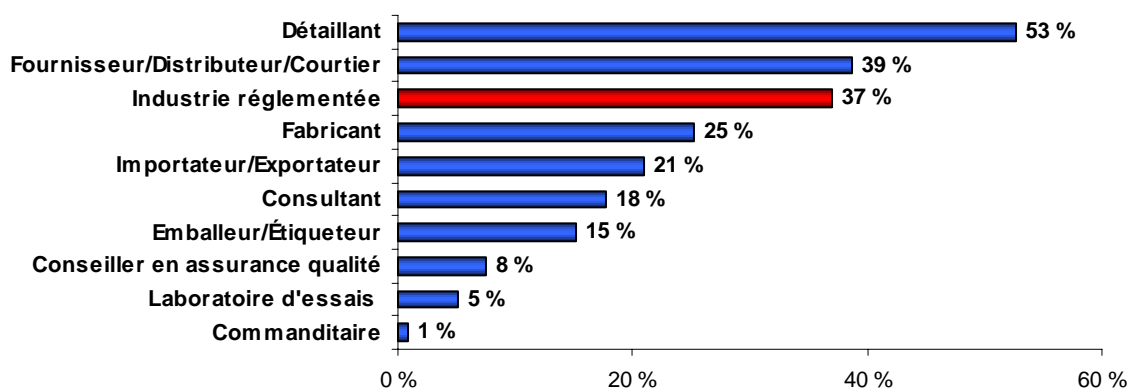


3.1.1. Profil de l'industrie

L'industrie des PSN est essentiellement constituée de détaillants et de distributeurs, et également de fabricants, d'importateurs et d'exportateurs.

Les participants s'étant identifiés comme étant des représentants de l'industrie ont été invités à préciser la principale de l'entreprise. La majorité des commerces accomplissent plus d'une fonction, soit une moyenne de deux fonctions par commerce. Les principales fonctions sont celles de détaillant (53 %) et de distributeur (fournisseurs/distributeurs/courtiers : 39 %). Les fonctions de fabricant (25 %), d'importateur/exportateur (21 %), de consultant (18 %), et d'emballer/étiqueteur (15 %) ont également été mentionnées par plusieurs participants. Plus d'un tiers des participants (37 %) font partie de l'un des secteurs réglementés par la DPSN – la fabrication, l'importation, l'emballage, et/ou l'étiquetage.

Graphique 2 : Organisations représentées
n = 1 060

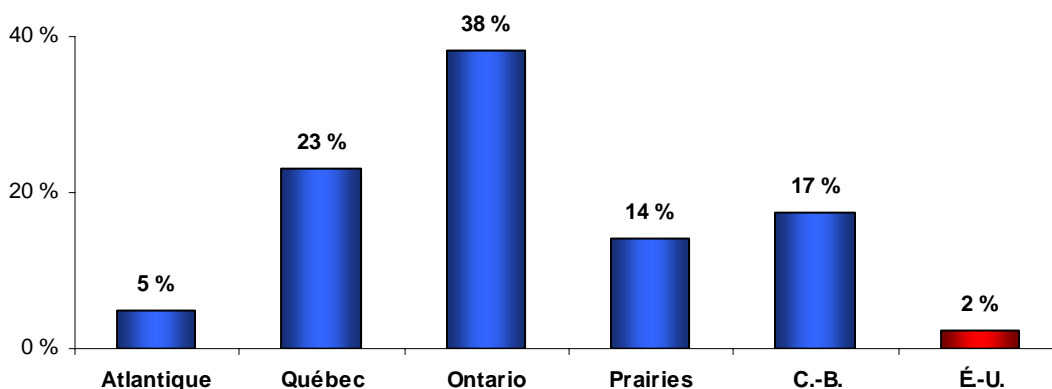




La distribution régionale de l'industrie des PSN est représentative de celle des commerces au Canada en général. La durée moyenne de l'exploitation des activités d'un commerce du secteur des PSN est de 14 années.

La distribution régionale de l'industrie des PSN et le nombre d'années en exploitation des commerces ont également été relevés. Règle générale, la distribution régionale de ces commerces correspond à la distribution observée à l'égard des autres commerces en activité au Canada², alors que quatre commerces sur dix (38 %) sont établis en Ontario, presque le quart (23 %) au Québec, et un sur six en Colombie-Britannique (17 %) et dans les Prairies (14 %). Une faible proportion des répondants sont établis dans la région de l'Atlantique (5 %) ou aux États-Unis (2 %).

Graphique 3 : Distribution régionale de l'industrie des PSN
n = 1 060



Les détaillants ont davantage tendance à être situés en Ontario (40 %) et dans les Prairies (19 %). Ils ont le moins tendance à être situés au Québec (19 %), alors que les consultants ont davantage tendance à y être établis (32 %). En général, le secteur réglementé a davantage tendance à être établi au Québec (29 % c. 19 %), et moins en Ontario (34 % c. 41 %) et dans les Prairies (11 % c. 17 %) comparativement au secteur non réglementé de l'industrie.

² Canada : 1 154 994 (100 %);
C.-B. : 165 258 (14,3 %)
Prairies : 209 201 (18,1 %)
Ontario : 441 436 (38,2 %)
Québec : 258 284 (22,3 %)
Atlantique : 80 815 (7 %)
Source : Infocanada.ca



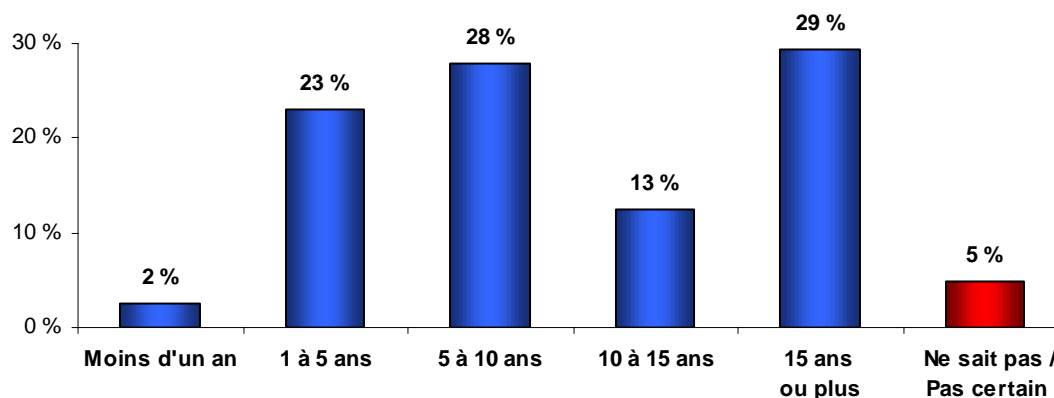
Le tableau suivant illustre la distribution régionale par secteur.

Graphique 4 : Distribution régionale de l'industrie des PSN, par secteur

| | Industrie réglementée | Fabricants | Emballleurs/Étiqueteurs | Distributeurs | Importateurs/Exportateurs | Détaillants | Laboratoires d'essais | Consultants |
|------------|-----------------------|------------|-------------------------|---------------|---------------------------|-------------|-----------------------|-------------|
| Atlantique | 4 % | 3 % | 3 % | 3 % | 4 % | 6 % | 2 % | 4 % |
| Québec | 29 % | 28 % | 29 % | 29 % | 27 % | 19 % | 28 % | 32 % |
| Ontario | 34 % | 31 % | 31 % | 34 % | 32 % | 40 % | 23 % | 30 % |
| Prairies | 11 % | 13 % | 15 % | 12 % | 11 % | 19 % | 14 % | 14 % |
| C.-B. | 18 % | 18 % | 19 % | 18 % | 22 % | 17 % | 26 % | 20 % |
| É.-U. | 5 % | 5 % | 4 % | 3 % | 5 % | 1 % | 8 % | 1 % |

La ventilation est à peu près égale entre les commerces étant en exploitation depuis moins de cinq années (25 %), entre cinq à moins de 10 années (28 %), entre 10 à moins de 15 années (13 %), et 15 années ou plus (29 %).

Graphique 5 : Années en exploitation
n = 1 006



La durée moyenne de l'exploitation d'un commerce est de 14 années; les laboratoires d'essais sont les entreprises ayant été en exploitation le plus longtemps (21 années). Presque la moitié (43 %) des laboratoires d'essais sont en exploitation depuis 15 années ou plus, comparativement à une proportion de trois sur dix (29 %) en ce qui concerne les autres types de commerces. Le tableau suivant illustre la durée de l'exploitation des commerces, par secteur.

Graphique 6 : Années en exploitation des commerces, par secteur

| | Industrie réglementée | Fabricants | Emballleurs/Étiqueteurs | Distributeurs | Importateurs/Exportateurs | Détaillants | Laboratoires d'essais | Consultants |
|-----------------------|-----------------------|------------|-------------------------|---------------|---------------------------|-------------|-----------------------|-------------|
| Moins d'une année | 3 % | 3 % | 3 % | 2 % | 5 % | 2 % | 6 % | 4 % |
| entre 1 et 5 années | 22 % | 21 % | 19 % | 22 % | 21 % | 22 % | 19 % | 25 % |
| entre 5 et 10 années | 25 % | 24 % | 23 % | 27 % | 25 % | 29 % | 11 % | 26 % |
| entre 10 et 15 années | 16 % | 15 % | 16 % | 15 % | 17 % | 12 % | 17 % | 13 % |
| 15 années ou plus | 29 % | 32 % | 31 % | 29 % | 28 % | 31 % | 43 % | 29 % |
| Ne sait pas | 6 % | 5 % | 8 % | 5 % | 5 % | 3 % | 4 % | 4 % |

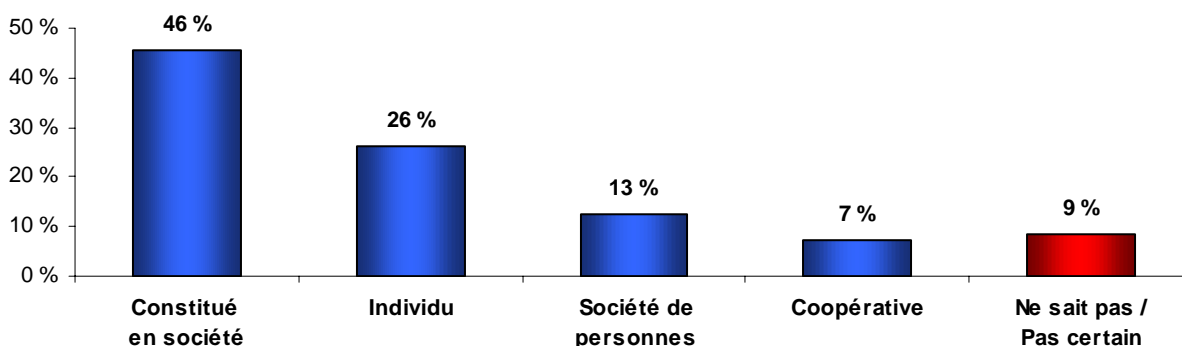


3.1.1.1. Structure de l'industrie et propriété des entreprises

La majorité des commerces du secteur des PSN sont constitués en société au Canada et la propriété de Canadiens

Le sondage a également révélé la structure de l'industrie et la propriété des entreprises au sein de cette industrie. Près de la moitié des commerces (46 %) sont constitués en société. Le quart (26 %) sont des sociétés à propriétaire unique et une sur huit (13 %) est constituée en société de personnes. Une faible proportion des commerces (7 %) sont établis sous forme de coopérative. Une proportion de 9 % des commerces ne savent pas ou ne sont pas certains de leur structure.

Graphique 7 : Structure de la propriété des commerces
n=1 006



Certains secteurs de l'industrie ont davantage tendance à être composés de commerces constitués en société, alors que d'autres ont plutôt tendance à être composés de commerces appartenant à un particulier. Les importateurs/exportateurs (57 %) et les fabricants (53 %) ont davantage tendance à être constitués en société, alors que les commerces de détail ont davantage tendance à appartenir à un particulier (30 %). Les commerces réglementés (53 %) ont davantage tendance à être constitués en société que les commerces non réglementés (41 %), et aussi ont moins tendance à appartenir à un particulier (19 % c. 30 %). Le tableau suivant illustre la ventilation de la propriété des commerces, par secteur.

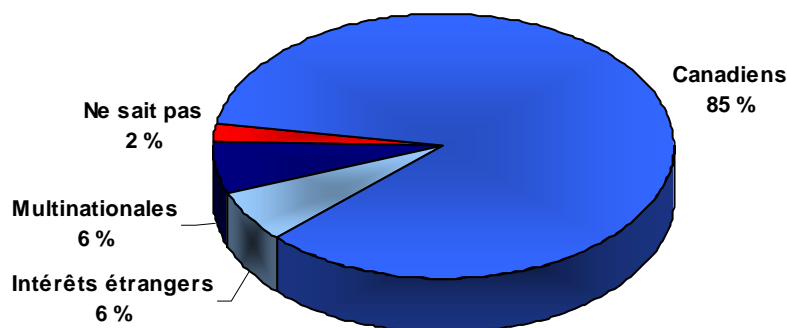
Graphique 8 : Structure de la propriété des commerces, par secteur

| | Industrie réglementée | Fabricants | Emballleurs/Étiqueteurs | Distributeurs | Importateurs/Exportateurs | Détaillants | Laboratoires d'essais | Consultants |
|----------------------|-----------------------|------------|-------------------------|---------------|---------------------------|-------------|-----------------------|-------------|
| Constitué en société | 53 % | 53 % | 45 % | 46 % | 57 % | 41 % | 38 % | 42 % |
| Individu | 19 % | 22 % | 25 % | 25 % | 14 % | 30 % | 30 % | 30 % |
| Société de personnes | 10 % | 10 % | 9 % | 12 % | 10 % | 14 % | 11 % | 11 % |
| Coopérative | 9 % | 8 % | 12 % | 8 % | 8 % | 7 % | 6 % | 6 % |
| Ne sait pas | 8 % | 8 % | 9 % | 9 % | 10 % | 8 % | 15 % | 11 % |



La majorité des commerces de cette industrie appartient à des Canadiens (85 %), alors que 6 pour cent des entreprises appartiennent à des intérêts étrangers, et 6 pour cent à des multinationales.

Graphique 9 : Propriété
n = 1 006



Les commerces de consultants (87 %) et de détaillants (91 %) ont davantage tendance à appartenir à des Canadiens, alors que les laboratoires d'essais (17 %), les importateurs/exportateurs (14 %), et les fabricants (12 %) ont davantage tendance à appartenir à des intérêts étrangers. Les entreprises réglementées (12 % c. 3 %) ont davantage tendance à appartenir à des intérêts étrangers et moins à des Canadiens (77 % c. 90 %), comparativement aux entreprises non réglementées. Le tableau suivant illustre la ventilation de la propriété par secteur industriel.

Graphique 10 : Ventilation de la propriété par secteur industriel

| | Industrie réglementée | Fabricants | Emballeurs/Étiqueteurs | Distributeurs | Importateurs/Exportateurs | Détaillants | Laboratoires d'essais | Consultants |
|----------------|-----------------------|------------|------------------------|---------------|---------------------------|-------------|-----------------------|-------------|
| Canadienne | 77 % | 77 % | 81 % | 79 % | 73 % | 91 % | 72 % | 87 % |
| Étrangère | 12 % | 12 % | 9 % | 9 % | 14 % | 2 % | 17 % | 4 % |
| Multinationale | 9 % | 10 % | 8 % | 9 % | 11 % | 4 % | 9 % | 7 % |
| Ne sait pas | 2 % | 1 % | 2 % | 3 % | 2 % | 3 % | 2 % | 2 % |

Les bureaux de trois représentants de l'industrie sur cinq (60 %) sont établis au siège social de l'entreprise, alors qu'un sur cinq (20 %) le sont dans une filiale. Un sur cinq (20 %) n'a pas répondu à cette question. Les emballeurs et les étiqueteurs (79 %) ont davantage tendance à représenter un siège social, alors que les détaillants représentent plutôt une filiale (21 %) ou n'ont pas répondu à la question (26 %). Le tableau suivant illustre la représentation des bureaux, par secteur industriel.

Graphique 11 : Représentation des bureaux, par secteur industriel

| | Industrie réglementée | Fabricants | Emballeurs/Étiqueteurs | Distributeurs | Importateurs/Exportateurs | Détaillants | Laboratoires d'essais | Consultants |
|--------------|-----------------------|------------|------------------------|---------------|---------------------------|-------------|-----------------------|-------------|
| Siège social | 71 % | 73 % | 79 % | 67 % | 71 % | 53 % | 74 % | 61 % |
| Filiale | 17 % | 14 % | 12 % | 20 % | 19 % | 21 % | 17 % | 18 % |
| Ne sait pas | 12 % | 13 % | 9 % | 13 % | 10 % | 26 % | 9 % | 20 % |

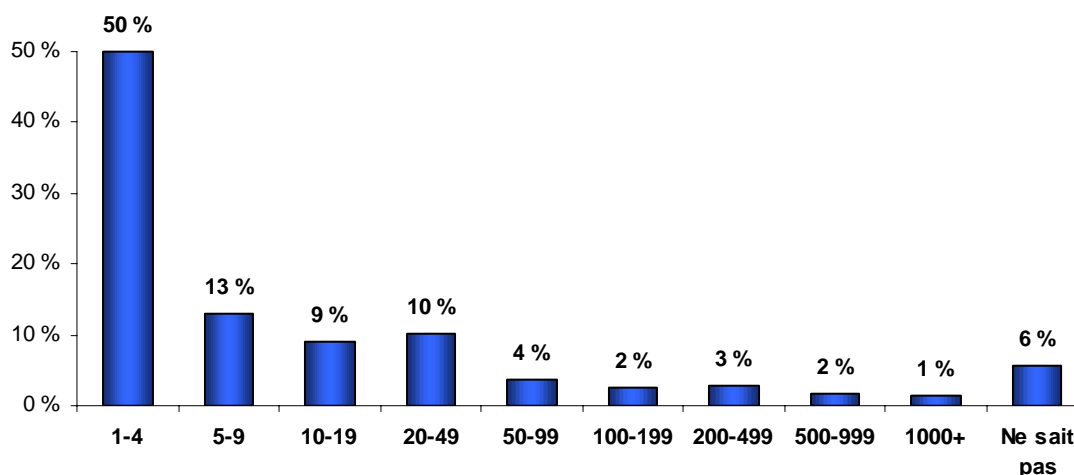


3.1.1.2. Taille des commerces

La majorité des commerces du secteur des PSN sont de petite taille et ont un chiffre d'affaires inférieur à 1 million de dollars.

Afin de mesurer la taille des commerces, les participants ont été invités à préciser leurs ventes brutes pour l'année 2004 et le nombre d'employés en tenant compte des équivalents temps plein. La moitié de ces entreprises ont moins de 5 employés (50 %), et une sur cinq (22 %) ont entre 5 et 19 employés. Le reste a entre 20 et 99 employés (14 %) ou 100 employés ou plus (8 %).

Graphique 12 : Nombre d'employés
n = 1 006



Les détaillants (66 %), les consultants (58 %), et les distributeurs (41 %) ont plus tendance à avoir moins de cinq employés comparativement à moins du tiers des autres types de commerces qui ont moins de cinq employés. Deux-tiers des fabricants (68 %), des emballeurs/étiqueteurs (70 %), importateurs/exportateurs (63 %), et laboratoires d'essais (68 %) ont cinq employés ou davantage. Les entreprises réglementées sont de plus grande taille que les entreprises non réglementées, alors que 30 % ont quatre employés ou moins, comparativement à 63 % pour les entreprises non réglementées. Le tableau suivant illustre la ventilation du nombre d'employés par secteur.

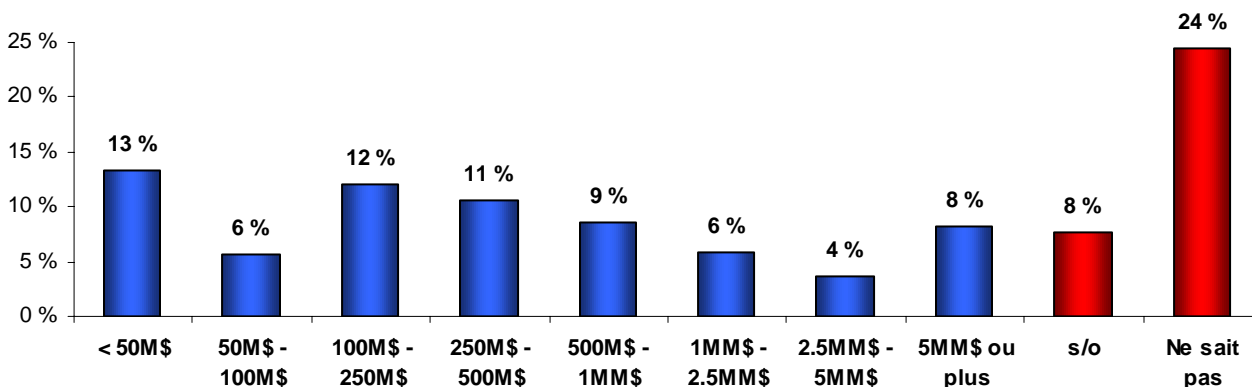
Graphique 13 : Ventilation du nombre d'employés, par secteur

| | Industrie réglementée | Fabricants | Emballers/Étiqueteurs | Distributeurs | Importateurs/Exportateurs | Détaillants | Laboratoires d'essais | Consultants |
|-------------|-----------------------|------------|-----------------------|---------------|---------------------------|-------------|-----------------------|-------------|
| 1-4 | 30 % | 27 % | 24 % | 41 % | 32 % | 66 % | 26 % | 58 % |
| 5-9 | 17 % | 16 % | 18 % | 15 % | 18 % | 12 % | 11 % | 14 % |
| 10-19 | 11 % | 11 % | 10 % | 9 % | 11 % | 7 % | 11 % | 6 % |
| 20-49 | 13 % | 12 % | 16 % | 13 % | 12 % | 6 % | 9 % | 8 % |
| 50-99 | 7 % | 9 % | 9 % | 5 % | 6 % | 1 % | 11 % | 5 % |
| 100-199 | 5 % | 7 % | 6 % | 2 % | 3 % | 1 % | 2 % | 2 % |
| 200-499 | 6 % | 8 % | 7 % | 4 % | 6 % | - | 11 % | 1 % |
| 500-999 | 3 % | 3 % | 3 % | 2 % | 5 % | - | 8 % | 1 % |
| 1 000+ | 2 % | 2 % | 1 % | 2 % | 2 % | 1 % | 4 % | - |
| Ne sait pas | 6 % | 5 % | 6 % | 5 % | 5 % | 6 % | 6 % | 6 % |



Les ventes brutes des entreprises participantes varient entre moins de 100 000 \$ (19 %) à 100 000 \$ jusqu'à moins de 500 000 \$ (23 %), et 500 000 \$ et plus (27 %). Environ un tiers des représentants de l'industrie n'ont pas révélé le chiffre des ventes brutes de leur entreprise (32 %).

Graphique 14 : Ventes brutes 2004
n = 1 006



Les commerces de petite taille (détaillants, consultants, et distributeurs) ont déclaré des ventes moins élevées comparativement à celles d'autres types de commerces. Au moins un sur huit des fabricants (15 %), emballeurs et étiqueteurs (16 %), distributeurs (13 %), importateurs et exportateurs (15 %), et laboratoires d'essais (19 %) ont déclaré des ventes de 5 millions de dollars et plus. Les entreprises réglementées ont tendance à afficher des ventes plus élevées que les entreprises non réglementées. Ils ont moins tendance à afficher des ventes inférieures à 500 000 \$ (31 % c. 47 %) et plus tendance à afficher des ventes de plus de 500 000 \$ (40 % c. 18 %), et notamment des ventes supérieures à 5 000 000 \$ (15 % c. 4 %). Le tableau suivant illustre la ventilation des ventes brutes, par secteur.

Graphique 15 : Ventilation des ventes brutes, par secteur

| | Industrie réglementée | Fabricants | Emballleurs/Étiqueteurs | Distributeurs | Importateurs/Exportateurs | Détaillants | Laboratoires d'essais | Consultants |
|-----------------|-----------------------|------------|-------------------------|---------------|---------------------------|-------------|-----------------------|-------------|
| < 50M\$ | 12 % | 10 % | 9 % | 16 % | 14 % | 12 % | 9 % | 17 % |
| 50M\$ - 100M\$ | 4 % | 5 % | 5 % | 5 % | 4 % | 6 % | 6 % | 5 % |
| 100M\$ - 250M\$ | 7 % | 7 % | 4 % | 9 % | 6 % | 17 % | 4 % | 14 % |
| 250M\$ - 500M\$ | 8 % | 9 % | 7 % | 9 % | 6 % | 14 % | 4 % | 12 % |
| 500M\$ - 1MM\$ | 11 % | 10 % | 13 % | 9 % | 12 % | 8 % | 8 % | 10 % |
| 1MM\$ - 2,5MM\$ | 8 % | 9 % | 7 % | 5 % | 8 % | 5 % | 6 % | 3 % |
| 2,5MM\$ - 5MM\$ | 6 % | 5 % | 5 % | 5 % | 8 % | 3 % | 4 % | 2 % |
| 5MM\$ ou plus | 15 % | 15 % | 16 % | 13 % | 15 % | 3 % | 19 % | 4 % |
| Sans objet | 7 % | 7 % | 8 % | 6 % | 6 % | 6 % | 13 % | 8 % |
| Ne sait pas | 22 % | 23 % | 27 % | 24 % | 21 % | 26 % | 28 % | 25 % |



3.1.1.3. Degré d'implication dans le secteur des produits de santé naturels

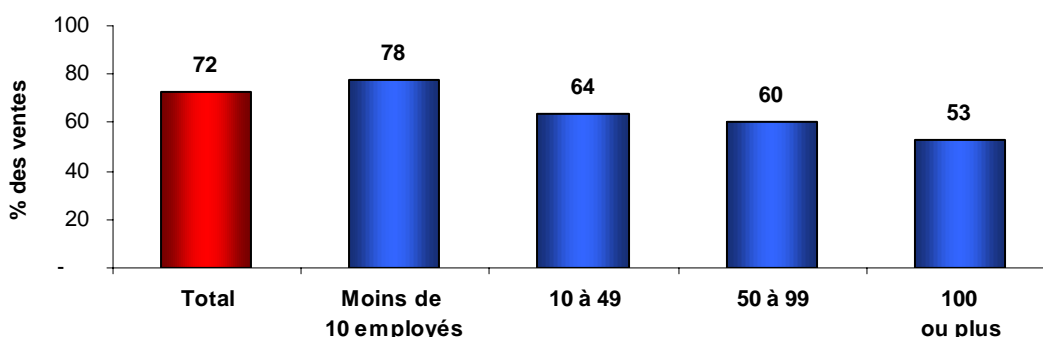
La majorité des entreprises sont dédiées au seul secteur des PSN, alors qu'environ la moitié des produits de santé naturels mis en marché possédant un DIN, un NPN, ou un DIN-HM.

On a demandé aux participants de l'industrie quelle proportion de leurs affaires était constituée de PSN, quelle est la composition de leurs produits, et quelle proportion de leurs produits possède un DIN (numéro d'identification de médicament), un NPN (numéro d'identification de médicament pour un produit naturel), et un DIN-HM (numéro d'identification de médicament pour un produit homéopathique). La majorité transige uniquement des PSN (40 %) ou dans la majorité de leurs affaires (22 % tirent 51 % à 99 % de leurs affaires des PSN). En moyenne, 72 % de leurs affaires sont tirées des PSN.

Graphique 16 : Pourcentage des affaires tirées des PSN

Cotes médianes

n = 1 006



La concentration des affaires uniquement sur des PSN est un phénomène plus communément observé auprès des petites entreprises (78 % -moins de 10 employés), et diminue à mesure que la taille de l'entreprise augmente (53 % - plus de 100 employés). Les fabricants (79 %) citent une plus forte concentration sur les PSN comparativement aux autres secteurs. L'industrie réglementée indique que 77 % de ses affaires sont tirées des PSN comparativement à 70 % en ce qui concerne l'industrie non réglementée. Le tableau suivant illustre la ventilation de la concentration sur les PSN, par secteur.

Graphique 17 : Pourcentage des affaires tirées des PSN, par secteur

| | Industrie réglementée | Fabricants | Emballleurs/Étiqueteurs | Distributeurs | Importateurs/Exportateurs | Détaillants | Laboratoires d'essais | Consultants |
|-------------------------|-----------------------|------------|-------------------------|---------------|---------------------------|-------------|-----------------------|-------------|
| Affaires tirées des PSN | 77 % | 79 % | 78 % | 76 % | 78 % | 73 % | 73 % | 75 % |

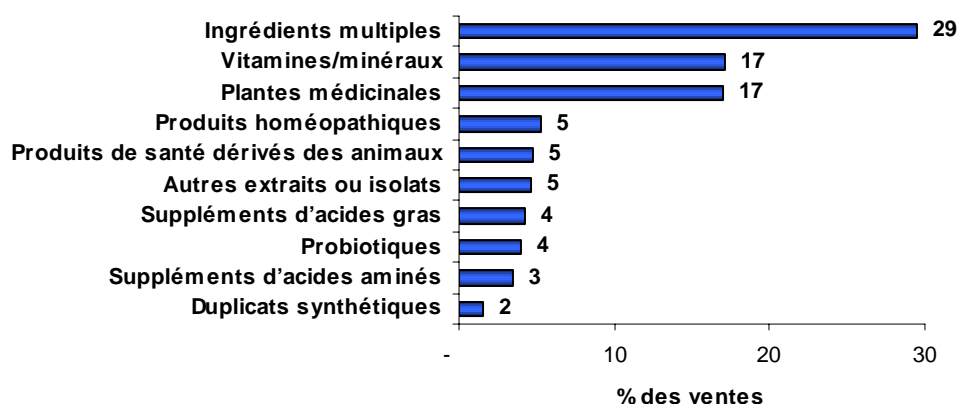


Lorsqu’interrogés au sujet de la ventilation de leurs ventes par type de produit, environ un participant sur cinq n’a pas répondu à la question. Parmi ceux qui ont répondu, ils ont dit que la plus grande partie de leurs ventes visait des produits à ingrédients multiples (moyenne : 29 % des ventes), de ventes de vitamines et de minéraux (moyenne : 17 % des ventes), et de plantes médicinales (moyenne : 17 % des ventes). Les autres types de produits représentent chacun 5 % des ventes ou moins.

Graphique 18 : Composition des produits

Cotes médianes

n = 1 006



Les détaillants ont moins tendance à vendre des plantes médicinales (15 % des ventes) alors qu’ils ont davantage tendance à vendre des vitamines et des minéraux (21 % des ventes), et des suppléments d’acides aminés (4 % des ventes). Les emballeurs et les importateurs et exportateurs ont également moins tendance à vendre des suppléments d’acides gras et des probiotiques. Les entreprises réglementées ont tendance à offrir une plus grande proportion de plantes médicinales (21 % c. 14 %) et une plus faible proportion de vitamines et de minéraux (12 % c. 21 %), de suppléments d’acides gras (3 % c. 5 %), et de suppléments d’acides aminés (2 % c. 4 %) comparativement aux entreprises non réglementées. Le tableau suivant illustre la ventilation des ventes, par secteur.

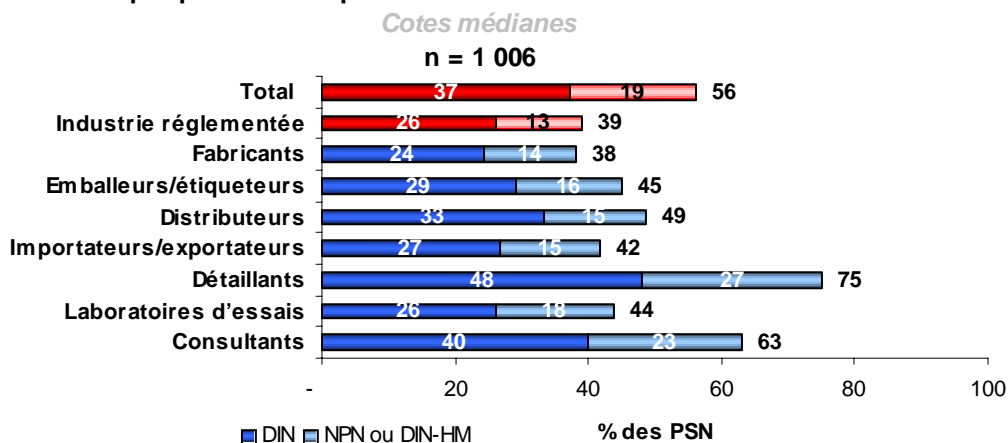
Graphique 19 : Composition des produits, par secteur

| | Industrie réglementée | Fabricants | Emballeurs/Étiqueteurs | Distributeurs | Importateurs/Exportateurs | Détaillants | Laboratoires d'essais | Consultants |
|---------------------------------------|-----------------------|------------|------------------------|---------------|---------------------------|-------------|-----------------------|-------------|
| Ingrédients multiples | 27 % | 28 % | 30 % | 31 % | 29 % | 32 % | 32 % | 34 % |
| Vitamines/minéraux | 12 % | 9 % | 12 % | 14 % | 13 % | 21 % | 22 % | 17 % |
| Plantes médicinales | 21 % | 21 % | 23 % | 19 % | 21 % | 15 % | 23 % | 21 % |
| Produits homéopathiques | 5 % | 5 % | 4 % | 5 % | 5 % | 5 % | 4 % | 5 % |
| Produits de santé dérivés des animaux | 5 % | 5 % | 4 % | 5 % | 5 % | 4 % | 5 % | 5 % |
| Autres extraits ou isolats | 5 % | 6 % | 6 % | 5 % | 5 % | 5 % | 3 % | 5 % |
| Suppléments d'acides gras | 3 % | 4 % | 3 % | 3 % | 3 % | 5 % | 7 % | 6 % |
| Probiotiques | 3 % | 4 % | 1 % | 2 % | 2 % | 5 % | 2 % | 6 % |
| Suppléments d'acides aminés | 2 % | 2 % | 2 % | 2 % | 2 % | 4 % | 1 % | 4 % |
| Duplicats synthétiques | 1 % | 1 % | 1 % | 1 % | 1 % | 2 % | 1 % | 3 % |



L'industrie indique qu'en moyenne, 37 % des produits commercialisés et non commercialisés possèdent un DIN, alors que 19 % possèdent un NPN ou un DIN-HM. Les détaillants ont davantage tendance à indiquer qu'ils vendent des produits possédant un DIN (48 % de tous les produits) et des produits possédant un NPN ou un DIN-HM (27 % de tous les produits). Viennent ensuite les consultants (40 % et 23 %, respectivement), puis les distributeurs (33 % et 15 %). L'industrie réglementée a moins tendance à indiquer, par rapport à l'industrie non réglementée, que ses produits possèdent un DIN (26 % c. 46 %) et un DIN-HM (13 % c. 25 %). Les autres secteurs citent une plus faible proportion de produits possédant un DIN et un NPN ou un DIN-HM.

Graphique 20 : PSN possédant un DIN et un NPN ou un DIN-HM



Une proportion relativement importante des intervenants (24 % et 33 %, respectivement) n'a pas répondu à ces questions, les entreprises de plus petite taille (détaillants, consultants, et distributeurs) ayant moins tendance à y répondre. Ceci s'explique probablement par le fait que les entreprises de taille plus importante ont des employés ayant ce type d'attributions parmi les fonctions qu'ils exercent.

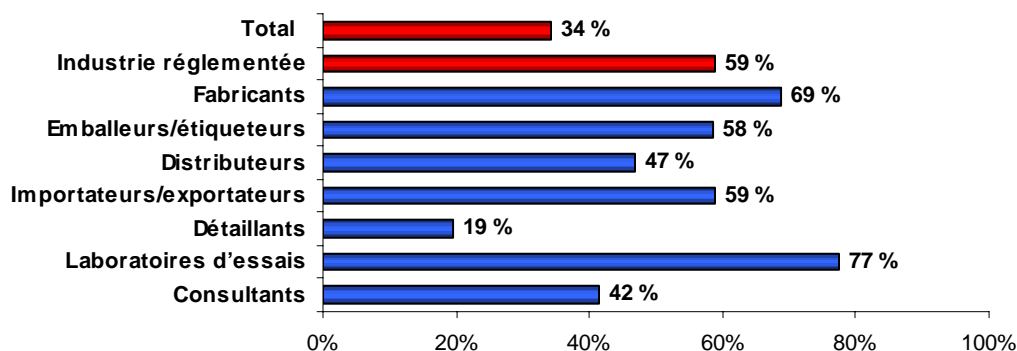


3.1.1.4. Autres activités de l'industrie

L'industrie des PSN exerce également diverses autres activités, notamment la recherche et le développement, les ventes via l'Internet, et l'importation et l'exportation des PSN.

Un tiers (34 %) des participants de l'industrie des PSN a effectué des activités de recherche et de développement dans le domaine des PSN. L'implication dans la recherche et le développement est grandement tributaire du secteur industriel dans laquelle l'entreprise évolue. Ainsi, les activités de recherche et de développement sont davantage observées auprès des laboratoires d'essais (77 %) et des fabricants (69 %), et moins auprès des détaillants (19 %). Dans l'ensemble, six sur dix des entreprises réglementées (59 %) effectuent des activités en recherche et développement, comparativement à une sur cinq parmi les entreprises non réglementées (19 %).

Graphique 21 : Activités de recherche et de développement
n = 1 006

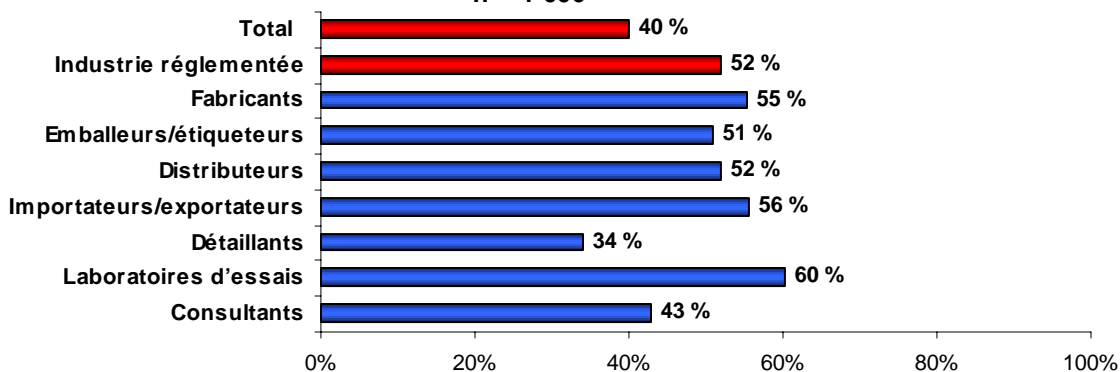


Règle générale, les entreprises de petite taille (<10 employés) ont le moins tendance à effectuer des activités de recherche et de développement (27 %), alors que les entreprises de plus grande taille (100 employés et plus) ont davantage tendance à effectuer ce type d'activité (68 %). Les entreprises établies dans la région de l'Atlantique ont le moins tendance à effectuer des activités de recherche et de développement (24 %). En moyenne, lorsque les entreprises effectuent des activités de recherche et de développement, 25 % de leurs activités commerciales y sont consacrées.



Les commerces de l'industrie des PSN utilisent beaucoup l'Internet dans la commercialisation de leurs produits. Quatre entreprises sur dix (40 %) commercialisent leurs produits sur Internet. Les petites entreprises (les détaillants et les consultants) ont moins tendance à utiliser l'Internet. Les entreprises réglementées (52 %) ont davantage tendance à utiliser l'Internet que les entreprises non réglementées (32 %).

Graphique 22 : Utilisation de l'Internet dans la commercialisation des PSN
n = 1 006

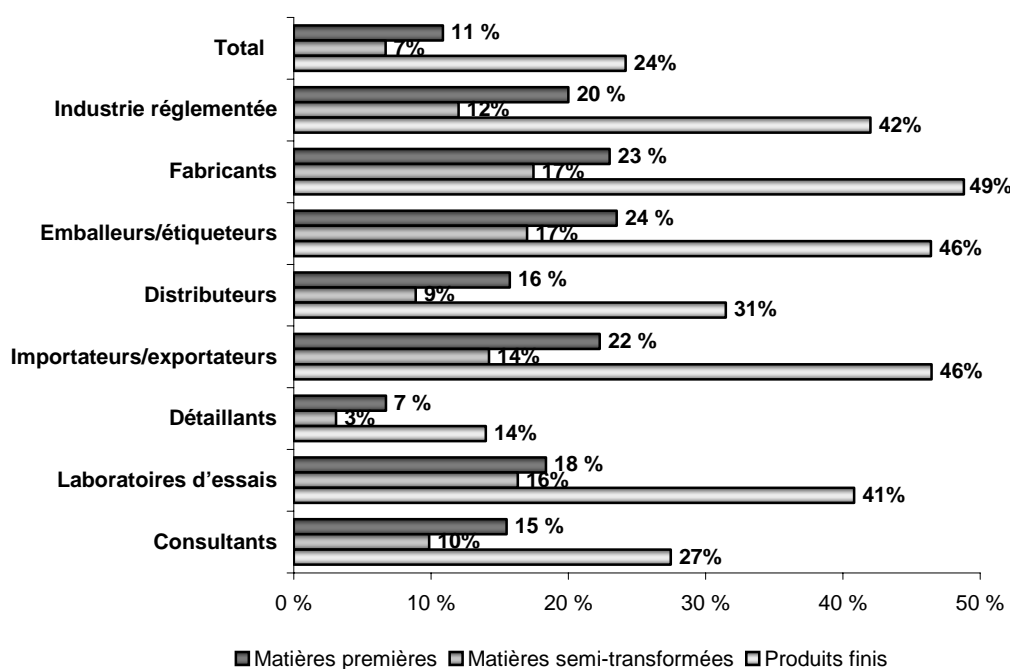




On a également posé aux entreprises participant au sondage des questions au sujet de leurs activités d'importation et d'exportation.³ Seulement une faible proportion des commerces de l'industrie des PSN pratique l'exportation de matières premières pouvant être employées dans la fabrication de produits finis (11 %) et/ou semi-transformés, des matières en transformation et des matières non-finies (7 %). Une proportion légèrement supérieure d'entreprises (24 %) exporte des produits finis.

Encore une fois, l'on observe que ce sont les entreprises de plus petite taille (détaillants, consultants et distributeurs) qui ont le moins tendance à exporter ces types de produits. L'industrie réglementée a davantage tendance à exporter des matières premières (20 %), des matières semi-transformées (12 %), et des produits finis (42 %), comparativement à l'industrie non réglementée (5 %, 2 %, et 14 % respectivement).

Graphique 23 : Exportations
n = 985



Les entreprises qui exportent des PSN tirent une importante partie de leur chiffre d'affaires de cette activité. En moyenne, l'exportation de matières premières constitue 43 % du chiffre d'affaires des entreprises qui les exportent, alors que les matières semi-transformées représentent en moyenne 38 % des ventes, et les produits finis 67 % des ventes.

Les principales destinations des exportations sont l'Amérique du Nord (84 %, dont 77 % à destination des États-Unis), l'Asie et la région du Pacifique (46 %, dont 19 % à destination

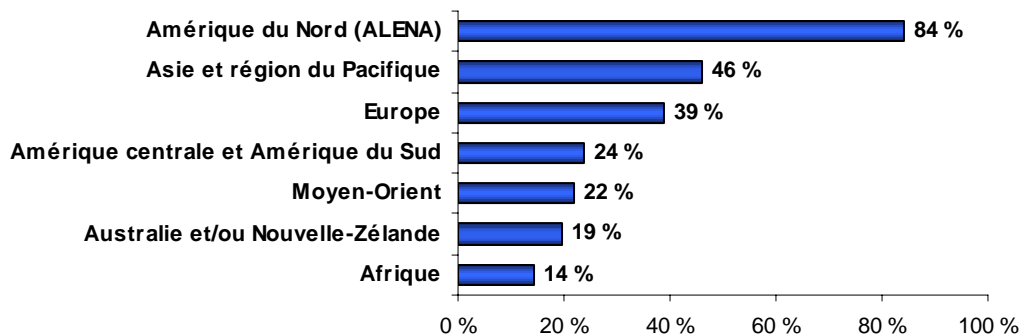
³ Seulement les exportations et les importations d'entreprises dont les représentants canadiens ont été interviewés sont présentées dans ce rapport. En raison de la conception de l'échantillonnage, axée davantage sur l'industrie canadienne des PSN, les sociétés internationales ayant des bureaux à l'extérieur du Canada n'étaient pas représentées de manière suffisamment représentative pour que l'on puisse valablement analyser leurs réponses à cet égard.



de la Chine et 16 % à destination de Taiwan), et l'Europe (39 %, dont 15 % à destination du Royaume-Uni).

Les entreprises établies en Colombie-britannique ont davantage tendance à exporter ces produits vers l'Asie et la région du Pacifique (63 % c. 40 %).

Graphique 24 : Destinations à l'exportation
n = 236



Alors que les laboratoires d'essais (41 %) ont davantage tendance à exporter vers le Moyen-Orient, les exportations de tous les autres secteurs concordent avec les résultats de l'ensemble. L'industrie réglementée a davantage tendance à exporter vers l'Asie et la région du Pacifique (50 %) et au Moyen-Orient (26 %) comparativement à l'industrie non réglementée (35 % et 11 % respectivement).

Graphique 25 : Destinations à l'exportation, par secteur

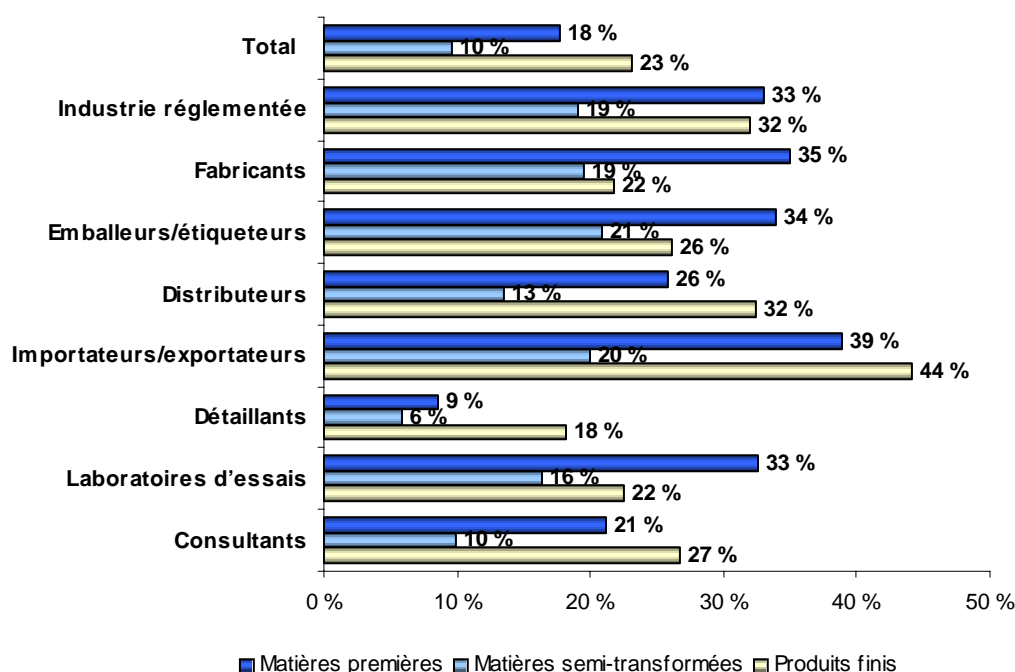
| | Industrie réglementée | Fabricants | Emballeurs/Étiqueteurs | Distributeurs | Importateurs/Exportateurs | Détaillants | Laboratoires d'essais | Consultants |
|-------------------------------------|-----------------------|------------|------------------------|---------------|---------------------------|-------------|-----------------------|-------------|
| Amérique du Nord | 86 % | 85 % | 88 % | 87 % | 88 % | 88 % | 86 % | 94 % |
| Asie et région du Pacifique | 50 % | 55 % | 51 % | 42 % | 49 % | 38 % | 59 % | 36 % |
| Europe | 40 % | 43 % | 38 % | 39 % | 37 % | 33 % | 41 % | 33 % |
| Amérique centrale et du Sud | 25 % | 26 % | 22 % | 24 % | 27 % | 26 % | 41 % | 31 % |
| Moyen-Orient | 26 % | 27 % | 23 % | 19 % | 27 % | 16 % | 41 % | 17 % |
| Australie et/ou la Nouvelle-Zélande | 20 % | 23 % | 18 % | 17 % | 19 % | 19 % | 27 % | 19 % |
| Afrique | 16 % | 18 % | 15 % | 13 % | 16 % | 12 % | 23 % | 14 % |



Les entreprises canadiennes importent davantage de produits qu'elles n'en exportent. Environ 18 % des entreprises importent des matières premières, alors que seulement une entreprise sur dix (10 %) importe des matières semi-transformées et qu'une sur quatre (23 %) importe des produits finis.

La tendance diminue chez les entreprises de petite taille, notamment les détaillants, les consultants, et les distributeurs, lesquels affichent une tendance moins grande à importer. L'industrie réglementée a davantage tendance à importer des matières premières (33 %), des matières semi-transformées (19 %), et des produits finis (32 %) comparativement à l'industrie non réglementée (8 %, 5 %, et 17 % respectivement).

Graphique 26 : Importations
n = 985



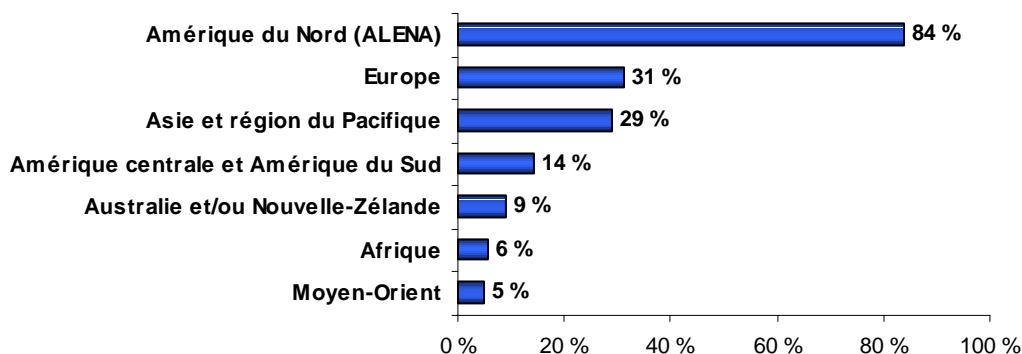
Parmi les entreprises importatrices, 49 % de leurs activités visent, en moyenne, des matières premières importées, 36 % des produits semi-transformés, et 62 % des produits finis.



Les sources des importations sont très semblables aux destinations des exportations, alors que 84 % des importations proviennent de l'Amérique du Nord (dont 80 % des États-Unis), 31 % de l'Europe (dont 11 % de la France), et 29 % de l'Asie et de la région du Pacifique (dont 20 % de la Chine).

Graphique 27 : Origine des importations

n = 325



L'industrie québécoise a davantage tendance à importer de l'Europe (52 % c. 21 %), alors que les entreprises de la Colombie-Britannique ont davantage tendance à importer de l'Asie et de la région du Pacifique (42 % c. 25 %) et de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande (21 % c. 1 %).

Les détaillants ont moins tendance à importer de l'Asie et de la région du Pacifique (24 %) et du Moyen-Orient (2 %), alors qu'ils ont davantage tendance à importer de l'Amérique du Nord (90 %). Les laboratoires d'essais ont davantage tendance à importer de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande (24 %). Le tableau suivant illustre la ventilation des importations, par secteur.

Graphique 28 : Origine des importations, par secteur

| | Industrie réglementée | Fabricants | Emballleurs/Étiqueteurs | Distributeurs | Importateurs/Exportateurs | Détaillants | Laboratoires d'essais | Consultants |
|-------------------------------------|-----------------------|------------|-------------------------|---------------|---------------------------|-------------|-----------------------|-------------|
| Amérique du Nord | 81 % | 84 % | 86 % | 82 % | 82 % | 90 % | 80 % | 88 % |
| Europe | 34 % | 38 % | 37 % | 36 % | 34 % | 27 % | 44 % | 34 % |
| Asie et région du Pacifique | 32 % | 40 % | 40 % | 31 % | 34 % | 24 % | 40 % | 31 % |
| Amérique centrale et du Sud | 16 % | 22 % | 20 % | 14 % | 16 % | 13 % | 16 % | 19 % |
| Australie et/ou la Nouvelle-Zélande | 9 % | 13 % | 12 % | 9 % | 7 % | 6 % | 24 % | 9 % |
| Afrique | 7 % | 10 % | 12 % | 6 % | 6 % | 5 % | 16 % | 7 % |
| Moyen-Orient | 6 % | 9 % | 11 % | 5 % | 7 % | 2 % | 8 % | 3 % |



3.1.1.5. Marchés visés

Les marchés visés par l'industrie des PSN, au plan géographique, sont généralement les marchés locaux. Le public cible est plutôt vaste, et principalement constitué de personnes adultes.

Les marchés visés et les publics cibles des entreprises de l'industrie des PSN ont également été observés dans le cadre du sondage. Environ la moitié (48 %) de l'industrie décrit les marchés qu'elle vise comme étant soit local ou régional. Une entreprise sur cinq indique qu'elle cible le marché national (21 %) ou international (20 %). Seulement une entreprise sur dix (9 %) indique qu'elle cible le marché provincial. Le tableau suivant illustre la ventilation des marchés visés, par secteur.

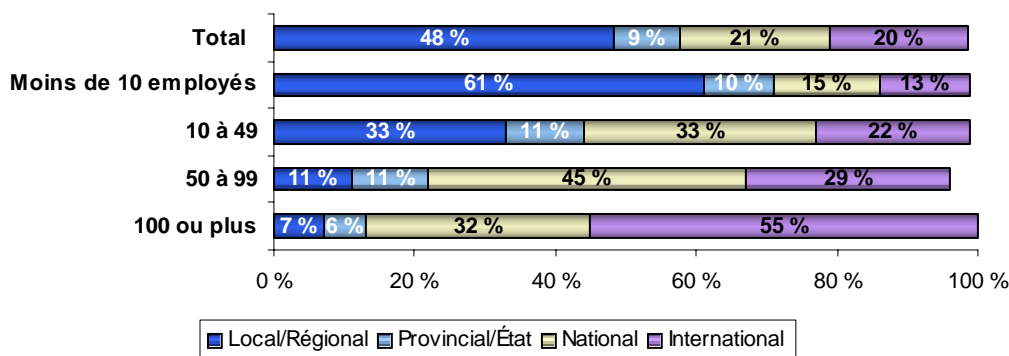
Graphique 29 : Marchés visés, par secteur

| | Industrie réglementée | Fabricants | Emballeurs/Étiqueteurs | Distributeurs | Importateurs/Exportateurs | Détaillants | Laboratoires d'essais | Consultants |
|----------------|-----------------------|------------|------------------------|---------------|---------------------------|-------------|-----------------------|-------------|
| Local/Régional | 15 % | 12 % | 16 % | 24 % | 11 % | 77 % | 9 % | 49 % |
| Provincial | 14 % | 14 % | 18 % | 16 % | 11 % | 6 % | 8 % | 13 % |
| National | 35 % | 35 % | 35 % | 32 % | 41 % | 8 % | 30 % | 19 % |
| International | 35 % | 37 % | 30 % | 26 % | 37 % | 8 % | 51 % | 19 % |

Le marché visé par une entreprise varie selon le type d'entreprise, sa taille et la région dans laquelle elle est établie. Les détaillants (77 %) et les consultants (49 %) visent le marché local ou régional, alors que les autres visent soit le marché national ou international. L'industrie réglementée vise le marché national (35 %) ou international (35 %), alors que l'industrie non réglementée vise le marché local (69 %). Les entreprises québécoises ont davantage tendance à viser le marché provincial (23 %).

Les entreprises de plus petite taille visent le marché local (61 % - moins de 10 employés); les entreprises de taille moyenne visent le marché national (45 % - 50 à 99 employés); alors que les plus grandes entreprises visent le marché national (32 % - plus de 100 employés) ou international (55 % - plus de 100 employés).

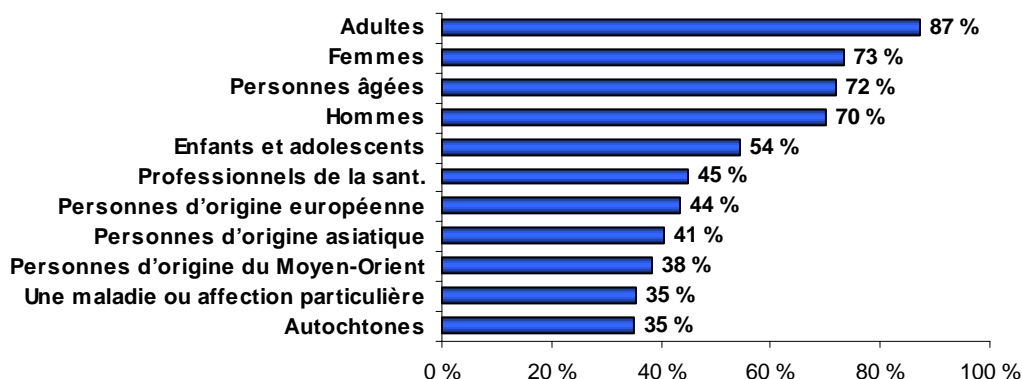
Graphique 30 : Marché géographique
n = 1 006





Le public cible de PSN n'est pas spécifique. L'industrie a signalé, en moyenne, six (6) publics cibles différents sur les onze (11) choix possibles. La grande majorité cible les adultes (87 %), dont les femmes (73 %), les personnes âgées (72 %), et les hommes (70 %). Parmi les autres publics cibles de choix, signalons les enfants (54 %) et différents groupes ethniques (48 %), notamment les Européens (44 %), les Asiatiques (41 %), les Moyen-Orientaux (38 %), et les Autochtones (35 %). Environ la moitié des entreprises (45 %) ciblent les professionnels de la santé, et une entreprise sur trois (35 %) cible une maladie ou une affection particulière (35 %).

Graphique 31 : Marché visé
n = 1 006



Les fabricants ont le moins tendance à indiquer qu'ils visent ces groupes, dénotant par là une spécialisation un peu plus prononcée, alors que les détaillants et les consultants ont davantage tendance à indiquer qu'ils visent la plupart de ces groupes à titre de publics cibles. L'industrie réglementée indique également un plus faible nombre de groupes cibles, comparativement à l'industrie non réglementée. Le tableau suivant illustre la ventilation des marchés visés, par secteur.

Graphique 32 : Marché visé, par secteur

| | Industrie réglementée | Fabricants | Emballleurs/Étiqueteurs | Distributeurs | Importateurs/Exportateurs | Détaillants | Laboratoires d'essais | Consultants |
|-----------------------------------|-----------------------|------------|-------------------------|---------------|---------------------------|-------------|-----------------------|-------------|
| Adultes | 87% | 85% | 89% | 89% | 93% | 92% | 81% | 92% |
| Femmes | 73% | 72% | 80% | 76% | 80% | 80% | 72% | 88% |
| Personnes âgées | 68% | 67% | 73% | 73% | 76% | 81% | 70% | 87% |
| Hommes | 69% | 67% | 75% | 73% | 76% | 77% | 72% | 87% |
| Enfants et adolescents | 54% | 54% | 57% | 56% | 58% | 59% | 58% | 67% |
| Professionnels de la santé | 49% | 46% | 47% | 50% | 55% | 44% | 45% | 53% |
| Européens | 39% | 38% | 36% | 43% | 42% | 51% | 47% | 53% |
| Asiatiques | 39% | 38% | 35% | 41% | 43% | 46% | 45% | 48% |
| Moyen-Orientaux | 34% | 32% | 31% | 37% | 38% | 44% | 43% | 46% |
| Maladie ou affection particulière | 37% | 35% | 34% | 36% | 43% | 36% | 43% | 42% |
| Autochtones | 28% | 26% | 27% | 34% | 31% | 42% | 36% | 41% |

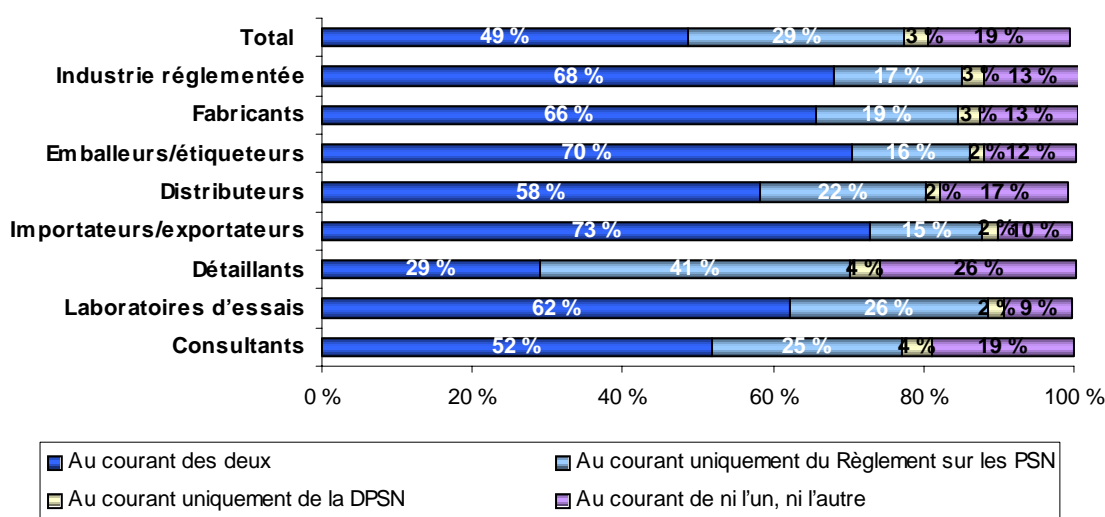


3.1.1.6. Connaissance de la réglementation et de la DPSN au sein de l'industrie

Quatre intervenants de l'industrie sur cinq sont au courant de la réglementation des produits de santé naturels.

On a demandé aux représentants de l'industrie s'ils étaient au courant de la réglementation sur les produits de santé naturels et de la DPSN. Environ la moitié (49 %) sont au courant des deux. Deux sur dix (19 %) ne sont ni au courant de la réglementation, ni de la DPSN. Trois sur dix (29 %) sont au courant uniquement de la réglementation, et trois (3) pour cent, uniquement de la DPSN.

Graphique 33 : Connaissance de la DPSN et de la réglementation des PSN
n = 1 060



La probabilité qu'un intervenant soit au courant des deux (DPSN et la réglementation) varie selon le secteur, la région, et la taille de l'entreprise. Les détaillants (29 %), les consultants (52 %), et les distributeurs (58 %) ont le moins tendance à être au courant à la fois de la réglementation et de la DPSN. L'industrie réglementée (68 %) est davantage au courant de la DPSN et de la réglementation comparativement aux autres intervenants (38 %). L'industrie en Ontario (52 %) et en Colombie-Britannique (52 %) est davantage au courant des deux, alors que l'industrie au Québec est la moins au courant (27 % des intervenants ne connaissent ni un, ni l'autre). Environ un tiers (37 %) des petites entreprises sont au courant à la fois de la réglementation et de la DPSN, alors que cela est le cas pour les deux tiers (64 %) des entreprises ayant de 10 à 49 employés, 74 % des entreprises ayant 50 à 99 employés, et 80 % des plus grandes entreprises (100 employés et plus).

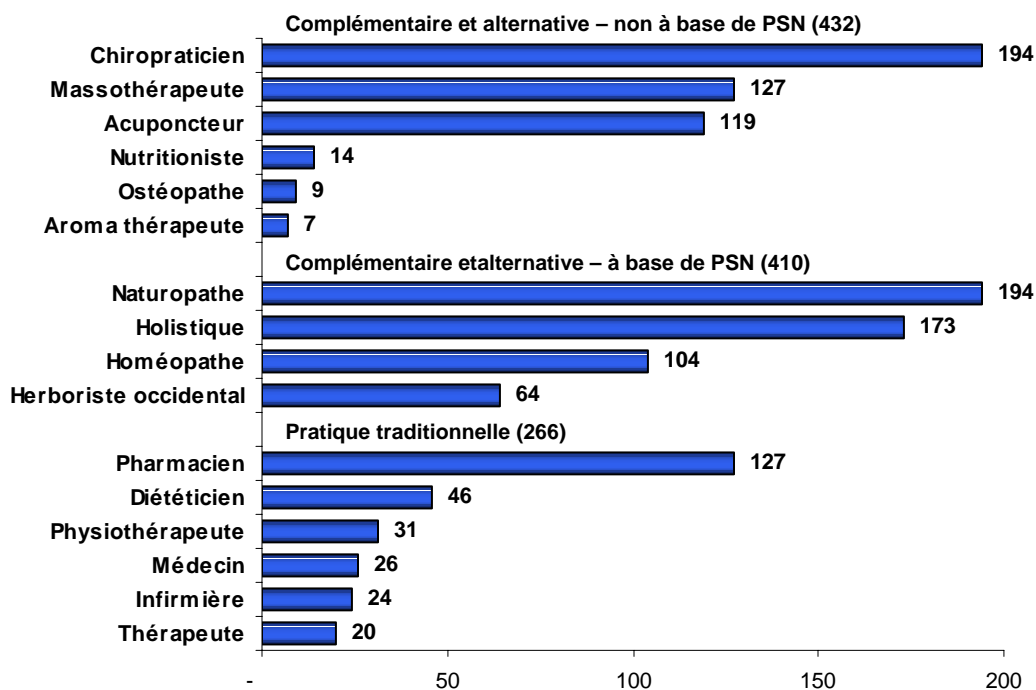


3.1.2. Profil des praticiens

Dans le cadre de cette étude, nous avons aussi interrogé des praticiens exerçant la médecine complémentaire et alternative à base de PSN, des praticiens exerçant la médecine complémentaire et alternative non à base de PSN, et des praticiens de médecine traditionnelle, de partout au Canada.

Nous avons communiqué avec des praticiens en soins de santé de tous les horizons aux fins de cette étude. Aux fins d'analyse, ils ont été répartis dans la catégorie des praticiens exerçant la médecine complémentaire et alternative non à base de PSN (44 %), notamment des chiropraticiens (20 %), des massothérapeutes (13 %), et des acuponcteurs (12 %); des praticiens exerçant la médecine complémentaire et alternative à base de PSN (42 %), notamment des naturopathes (20 %), des praticiens des techniques holistiques (18 %), des homéopathes (11 %), et des herboristes occidentaux (7 %); et des praticiens de médecine traditionnelle (27 %) – notamment des pharmaciens (13 %), des diététiciens (5 %), des physiothérapeutes (3 %), des médecins (3 %) et d'autres praticiens.

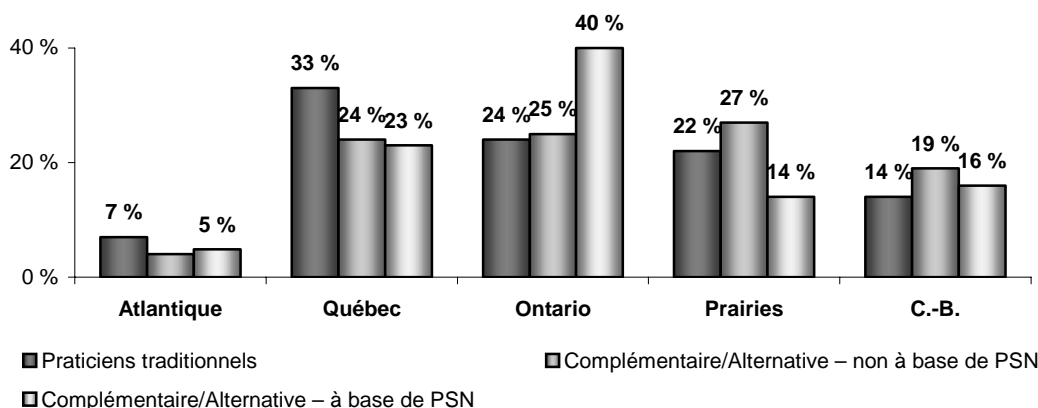
Graphique 34 : Praticiens
n = 971





Les praticiens interrogés dans le cadre du sondage sont répartis dans toutes les régions du Canada en proportion de la communauté des affaires au Canada. Le graphique suivant illustre la ventilation de l'échantillon en fonction du type de praticien.

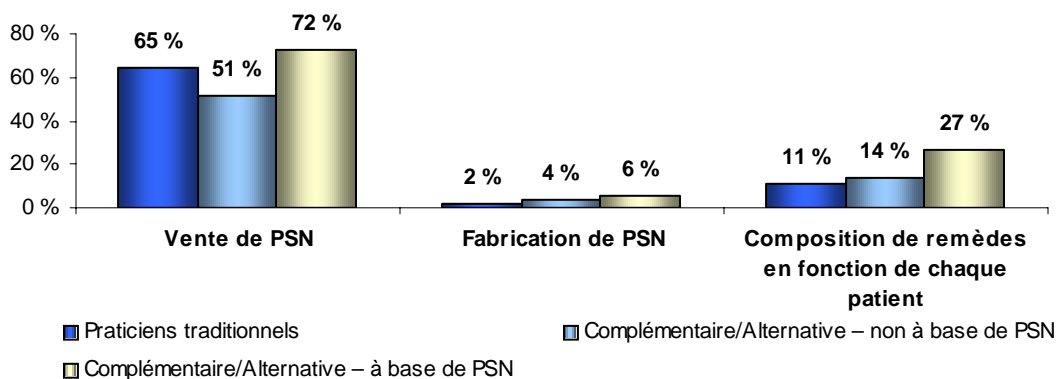
Graphique 35 : Distribution régionale des praticiens
n = 971



Une proportion importante de tous les praticiens vendent des PSN. Le quart des praticiens qui pratiquent une médecine complémentaire ou alternative à base de PSN font eux-mêmes la composition de leurs remèdes en fonction de chaque patient

On a demandé aux praticiens s'ils vendent des PSN à leurs clients, s'ils fabriquent des PSN, ou s'ils font eux-mêmes la composition de leurs remèdes en fonction de chaque patient⁴. Les praticiens exerçant une médecine complémentaire et alternative à base de PSN ont le plus tendance à offrir ces trois services (72 %, 6 %, 27 % respectivement). Les praticiens exerçant une médecine complémentaire et alternative non à base de PSN ont tendance à vendre des PSN (65 % et 51 %), mais non à les fabriquer (2 % et 4 %) ni à faire eux-mêmes la composition de leurs remèdes en fonction de chaque patient (11 % et 14 %).

Graphique 36 : Participation à la distribution des PSN
n=971

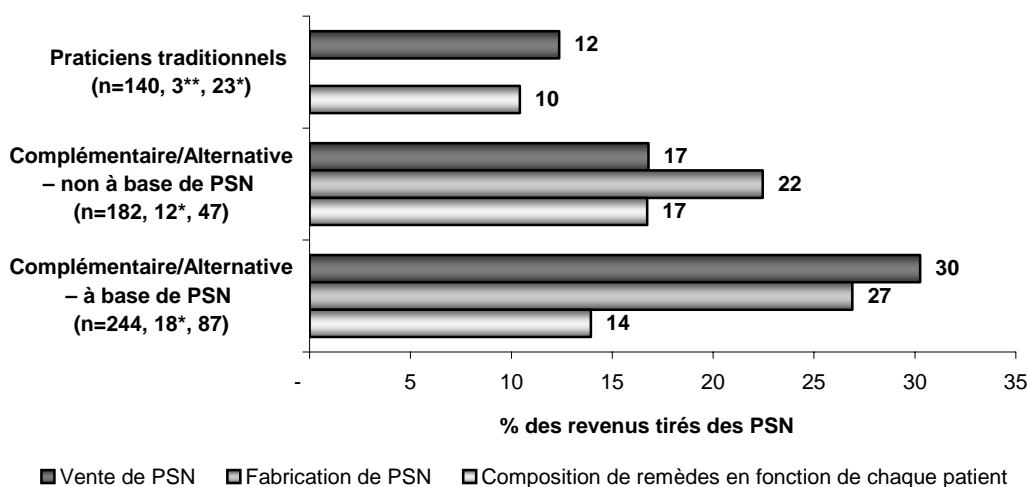


⁴ La composition décrit le processus en vertu duquel un praticien de la santé mélange des produits de santé naturels ou en fait une préparation en fonction des besoins spécifiques de son patient.



Le praticien également appelé à quantifier la proportion de ses revenus tirés de chacune de ces activités et de la vente de PSN. Alors que les praticiens exerçant une médecine complémentaire et alternative à base de PSN affichent la plus forte proportion des revenus tirés de la vente de PSN (30 % du revenu), ils affichent une proportion de revenus égale à celle des autres praticiens en ce qui concerne les revenus tirés de la fabrication (27 % du revenu) et de la composition de remèdes en fonction de chaque patient (14 % du revenu).

Graphique 37 : Proportion des revenus tirés des PSN
Cotes médianes
n = 971



* Dénote un échantillon dont la taille est trop petite pour produire des résultats fiables.

** Les résultats obtenus auprès de moins de cinq participants ne sont pas présentés dans ce graphique.

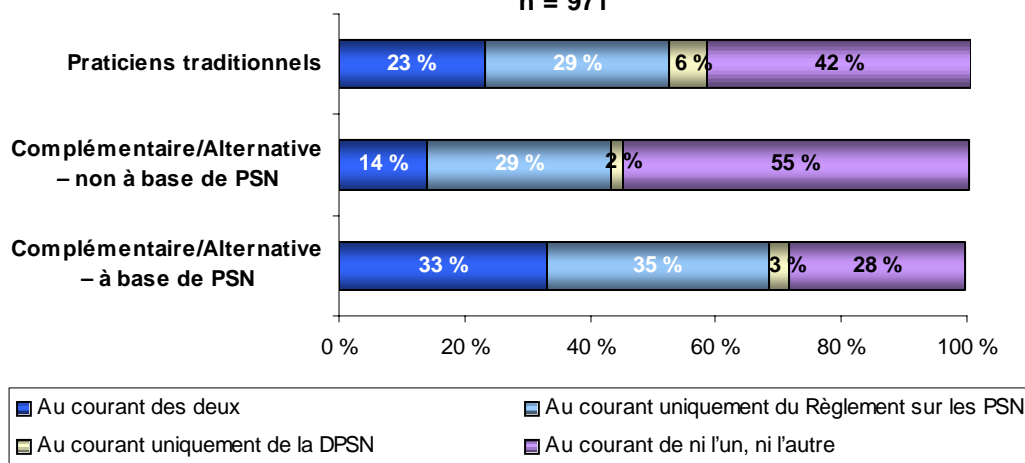


3.1.2.1. Connaissance des praticiens de la réglementation des PSN et de la DPSN

Environ la moitié des praticiens sont au courant de la réglementation en matière de PSN.

La connaissance des praticiens au sujet de la réglementation en cette matière et de la DPSN varie en fonction de la profession exercée. Les praticiens exerçant une médecine complémentaire et alternative à base de PSN sont ceux qui en sont le plus au courant : un tiers (33 %) est au courant à la fois de la réglementation et de la DPSN, et un autre tiers est au courant uniquement de la réglementation. Les praticiens traditionnels (23 %) et les praticiens exerçant une médecine complémentaire et alternative non à base de PSN (14 %) ont moins tendance à être au courant à la fois de la réglementation et de la DPSN. Environ la moitié des praticiens traditionnels et des praticiens exerçant une médecine complémentaire et alternative non à base de PSN (42 % et 55 %, respectivement) ne sont au courant ni de la réglementation, ni de la DPSN.

Graphique 38 : Connaissance de la DPSN et du Règlement sur les PSN
n = 971



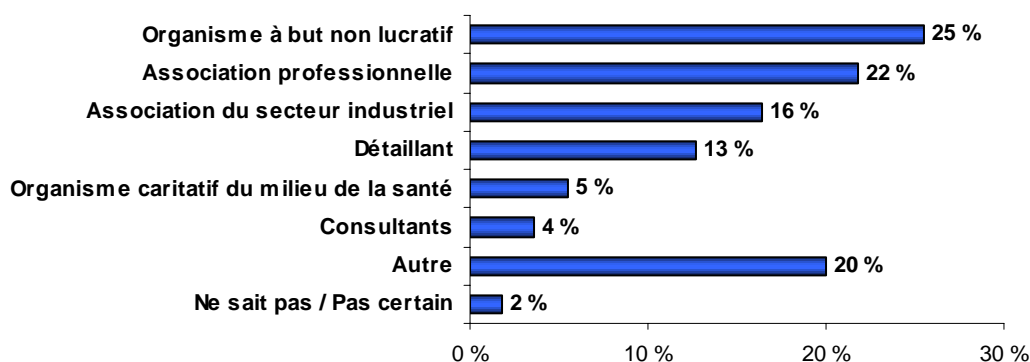


3.1.3. Profil des intervenants à but non lucratif et du secteur public

Le sondage a également été administré à des intervenants à but non lucratif et du secteur public, notamment des ONG, des autorités de réglementation provinciales, et des intervenants au sein du gouvernement fédéral.

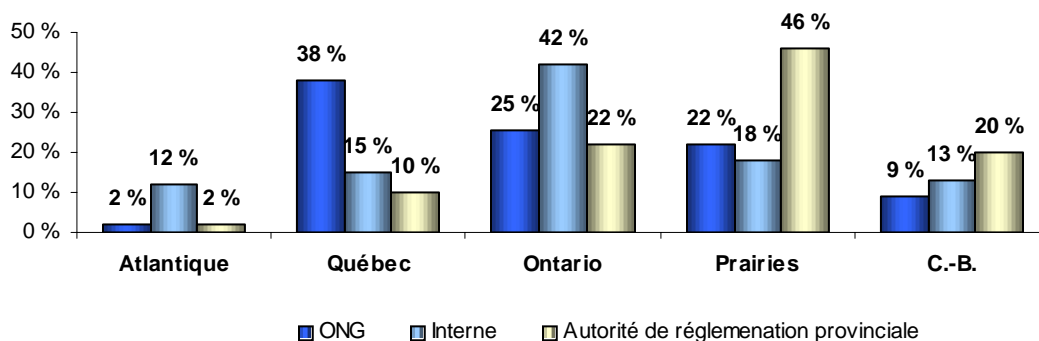
Le sondage a également été administré à d'autres intervenants, notamment des ONG, des autorités de réglementation provinciales, des représentants du gouvernement fédéral dont des représentants de sociétés d'État, et un représentant d'un organisme international. Tous ces groupes étaient homogènes, sauf dans le cas de celui des ONG. Dans ce dernier groupe, l'on retrouve des représentants d'organismes à but non lucratif (25 %), d'associations professionnelles (22 %), d'associations industrielles (16 %), et d'autres types d'ONG.

Graphique 39 : Organismes à but non lucratif
n=55



Le graphique suivant illustre la ventilation des intervenants des organismes à but non lucratif et du secteur public.

Graphique 40 : Distribution régionale des intervenants d'organismes à but non lucratif et du secteur public
n = 156



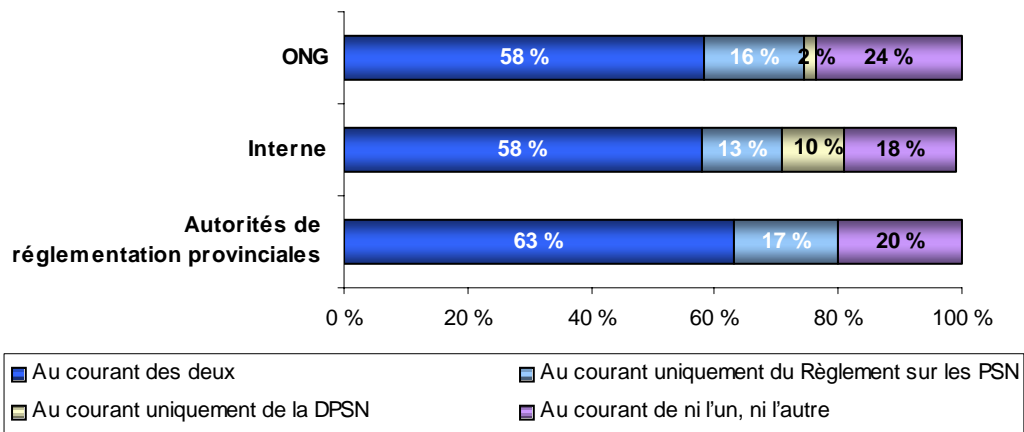


3.1.3.1. Connaissance des intervenants à but non lucratif et du secteur public au sujet de la réglementation sur les produits de santé naturels et de la DPSN

Les intervenants des organismes à but non lucratif et du secteur public ont une très bonne connaissance de la DPSN et de la réglementation en matière de produits de santé naturels.

Les intervenants des organismes à but non lucratif et du secteur public ont une très bonne connaissance de la DPSN et de la réglementation en matière de PSN, alors que six répondants sur dix sont au courant des deux. Cette notoriété est essentiellement attribuable au fait que l'échantillonnage de ce groupe a été principalement fait à partir de la base de données de la DPSN sur les personnes ressources. Cependant, environ un intervenant sur cinq n'était pas au courant, ni de la DPSN, ni de la réglementation sur les PSN.

Graphique 41 : Connaissances au sujet de la DPSN et de la réglementation sur les PSN
n = 156





3.2 Renseignements généraux et services offerts par la DPSN

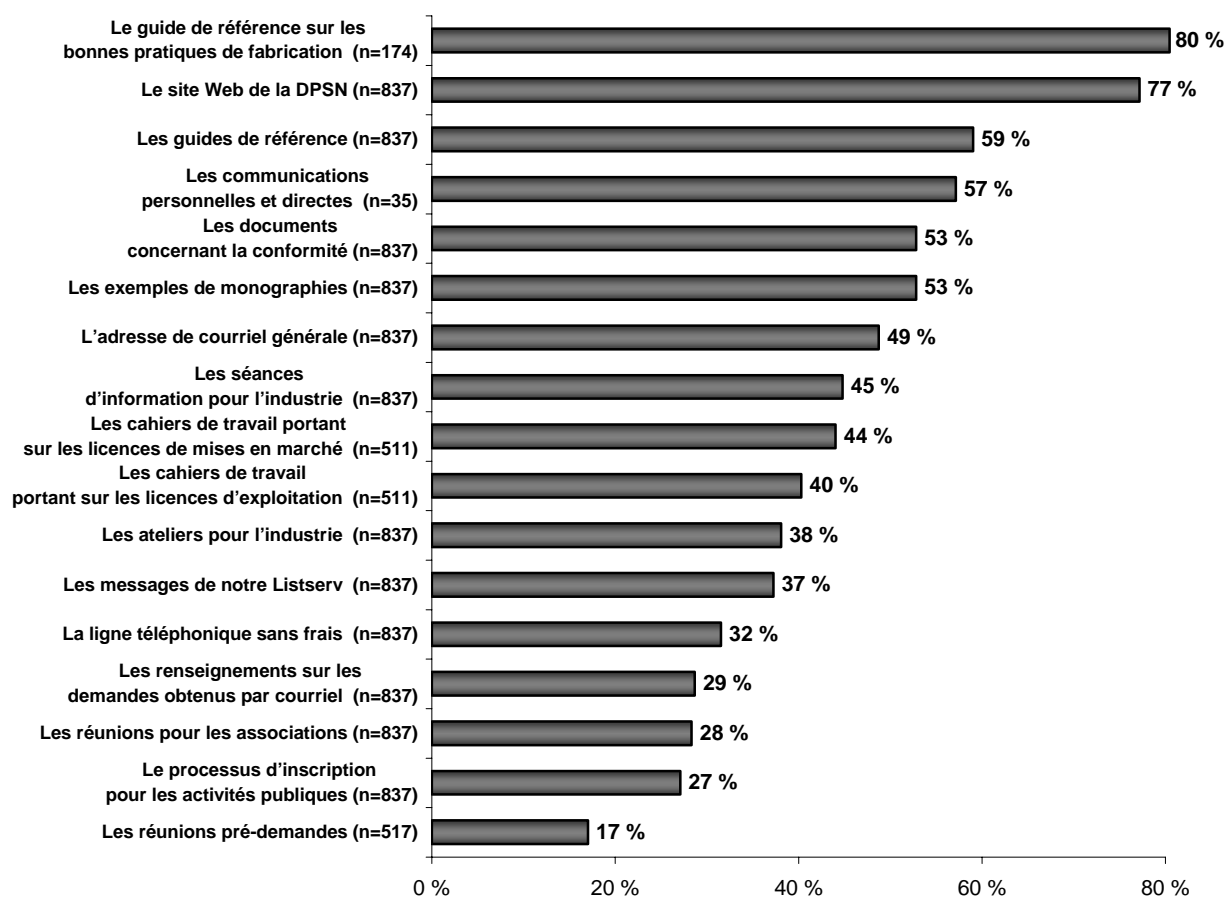
La deuxième partie du sondage avait pour objet de recueillir les impressions des intervenants au sujet des renseignements et des services offerts par la DPSN. Seulement les participants qui étaient au courant à la fois de la DPSN et de la réglementation sur les PSN (n = 837) ont été appelés à répondre à cette section du sondage.

3.2.1. Renseignements et services offerts par la DPSN

La satisfaction des intervenants à l'égard des renseignements et des services offerts par la DPSN est ambivalente.

Pour commencer, on a demandé aux intervenants quels renseignements et services de la DPSN ils avaient utilisés. Les sources consultées le plus souvent (par leur auditoire respectif) sont les guides de référence sur les bonnes pratiques de fabrication (BPF) (80 %) et le site web de la DPSN (77 %).

Graphique 42 : Utilisation des renseignements et des services de la DPSN





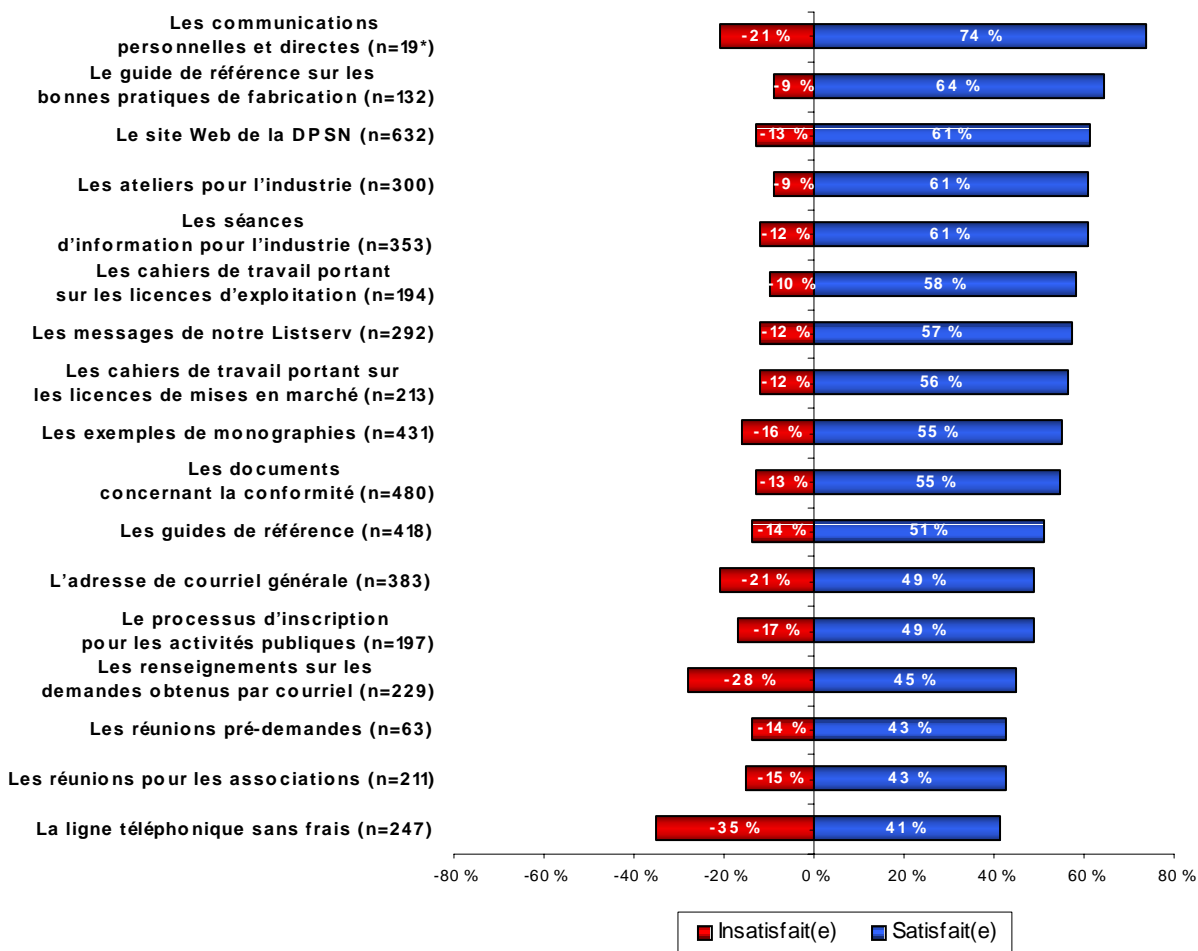
Certains types d'intervenants ont tendance à utiliser des renseignements ou des services spécifiques plus que les autres.

- Règle générale, les praticiens ont le moins tendance à faire appel à ces renseignements et à ces services;
- Les laboratoires d'essais ont le plus souvent recours, parmi les intervenants au sein de l'industrie, aux documents de référence, aux services généraux de renseignements au sujet de la DPSN, et aux cahiers de travail portant sur les licences;
- Les détaillants suivent les distributeurs au chapitre de ceux qui utilisent tous les services le moins souvent parmi les intervenants au sein de l'industrie;
- L'industrie réglementée a recours à la plupart des renseignements et des services offerts par la DPSN plus souvent que l'industrie non réglementée;
- La probabilité du recours à tous ces renseignements et services augmente en fonction de la taille de l'entreprise;
- Les praticiens qui vendent des produits de santé naturels ont tendance à moins recourir à ces renseignements, par rapport aux fabricants ou à ceux qui font des compositions de remèdes en fonction de chaque patient.

Ceux qui ont recours à ces renseignements et services ont évalué leur satisfaction à leur égard selon une échelle de 1 à 5, où «1» signifie très insatisfait(e) et «5», très satisfait(e). En général, la satisfaction des intervenants est plutôt modeste, alors qu'un seul des services offerts obtient des cotes positives (4 et 5) de plus de 70 pour cent des intervenants. Le service obtenant la cote la plus forte est celui des communications directes (74 %), suivi des documents de référence sur les bonnes pratiques de fabrication (BPF) (64 %).



Graphique 43 : Satisfaction à l'égard des renseignements et des services offerts par la DPSN



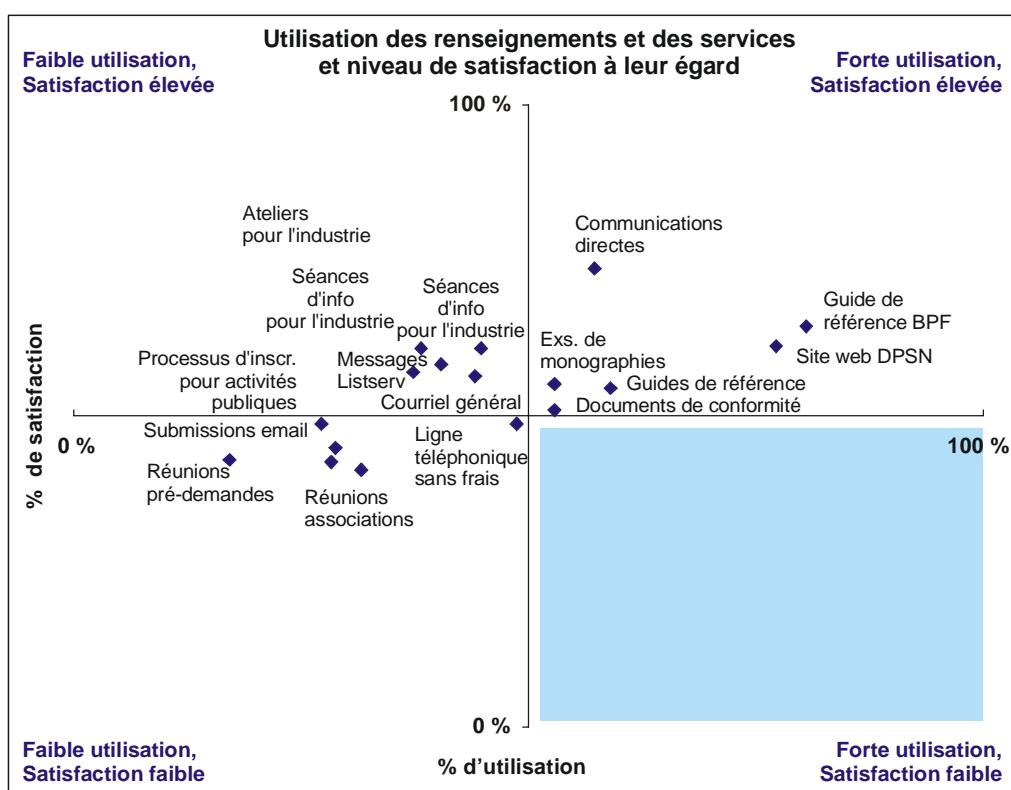
* Dénote un échantillon dont la taille est trop petite pour produire des résultats fiables.

Les cotes obtenues affichaient une cohérence d'un groupe à l'autre, alors que les praticiens avaient une opinion relativement plus positive au sujet des exemples de monographies (62 %), les services obtenus par courriel avec la DPSN (demandes – 64 %, et renseignements généraux – 65 %), et la ligne téléphonique sans frais (59 %) comparativement aux autres intervenants. Les intervenants internes ont attribué une cote plus élevée aux ateliers pour l'industrie (83 %) par rapport aux autres intervenants. Au sein de l'industrie, les détaillants ont attribué une cote plus élevée aux réunions pour les associations (62 %) par rapport aux autres intervenants (25 %), alors que les consultants affichaient une plus grande satisfaction à l'égard des cahiers de travail portant sur les licences de mises en marché (70 % c. 47 %) et sur les licences d'exploitation (74 % c. 49 %) par rapport aux autres intervenants.



La représentation cartographique qui suit illustre l'utilisation⁵ et le niveau de satisfaction à l'égard des divers renseignements et services offerts. Les renseignements et services situés dans le carré supérieur droit de la carte sont utilisés plus fréquemment que les autres et obtiennent également les cotes les plus élevées quant au niveau de satisfaction à leur égard. Les renseignements et services situés dans le carré inférieur droit de la carte sont utilisés plus fréquemment que les autres et obtiennent les cotes les moins élevées quant au niveau de satisfaction à leur égard. Ceux situés dans le carré inférieur gauche de la carte sont utilisés moins fréquemment que les autres et obtiennent les cotes les plus basses. Ceux situés dans le carré supérieur gauche de la carte sont utilisés moins fréquemment que les autres et obtiennent des cotes plus élevées que les autres.

Graphique 44 :

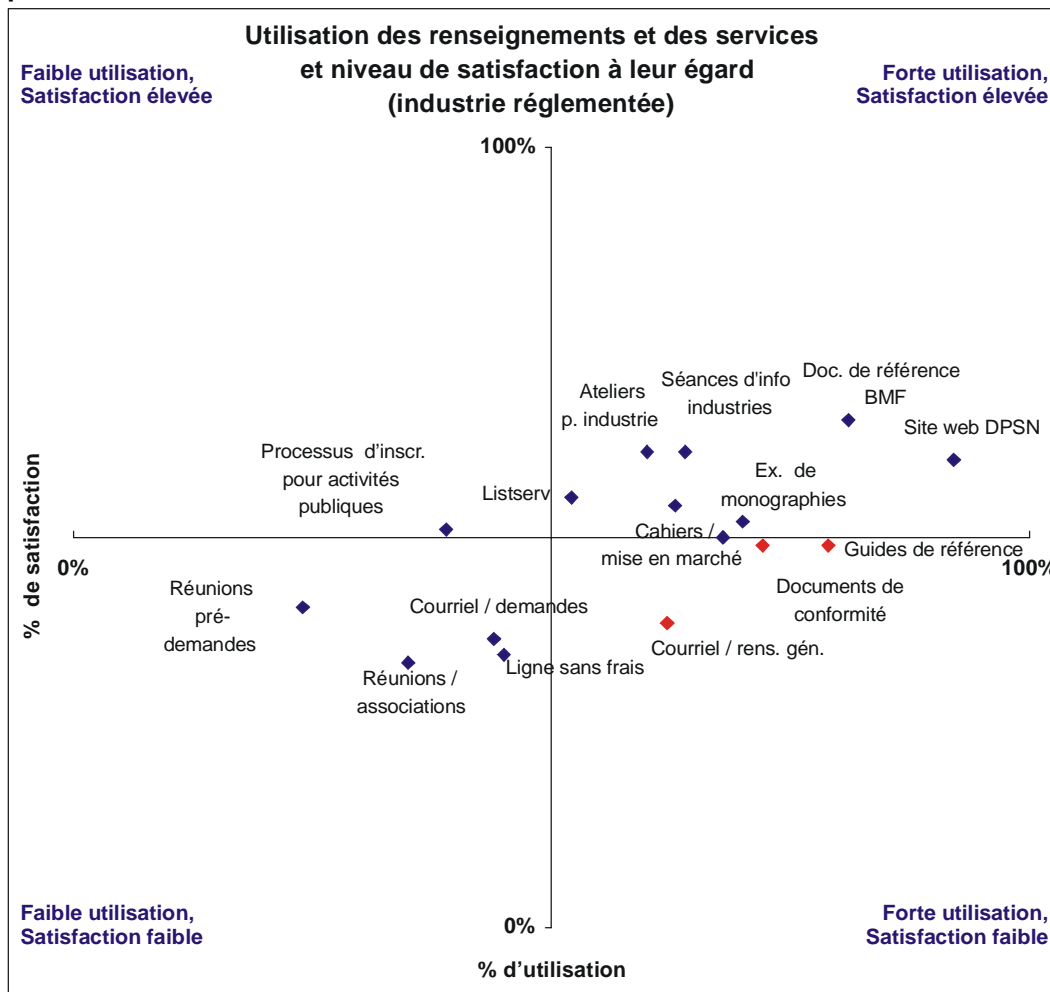


Tel que mentionné ci-dessus, l'industrie réglementée a davantage tendance à utiliser la plupart des produits, comparativement aux autres types d'intervenants. Les intervenants de ce groupe sont aussi relativement moins satisfaits à l'égard de ces produits par rapport aux autres intervenants. Par conséquent, la représentation cartographique qui suit de l'utilisation et du niveau de satisfaction, visant spécifiquement les intervenants de l'industrie réglementée, met en relief les divers éléments prioritaires à améliorer : courriel général, documents de conformité, et guides de référence.

⁵ L'utilisation est définie en proportion de ceux qui utilisent un produit ou un service particulier au sein du public cible.



Graphique 45 :



On a demandé aux intervenants moins satisfaits les raisons pour lesquelles ils n'étaient pas plus satisfaits. Les thèmes récurrents expliquant l'insatisfaction à l'égard des services de prestation des renseignements (tous, sauf ceux se rapportant aux communications) sont notamment :

- des renseignements inadéquats, prêtant à confusion, non accessibles de manière conviviale, contradictoires et souvent inutiles;
- l'absence de renseignements pertinents, notamment des renseignements incomplets, l'absence d'exemples, difficultés liées à l'obtention de l'information et de l'ignorance des mises à jour concernant certaines informations;
- un libellé et une terminologie prêtant à confusion, notamment la piètre qualité de la langue tant à l'oral qu'à l'écrit, et la non disponibilité de services dans la langue officielle de l'intervenant.

En plus de ces raisons, l'on cite également un effectif insuffisant, les longs délais d'attente avant d'obtenir une réponse, le format et la présentation des informations dans la documentation, et la perception d'une application incohérente des directives et des règles et l'absence de capacité d'élaborer des politiques.



Les commentaires au sujet des services des communications (ligne téléphonique sans frais, courriels au sujet des demandes et pour des informations d'ordre général, et les communications en personne et directes) portent généralement sur la pénurie en personnel et sur les longs délais avant d'obtenir une réponse, et ensuite sur l'absence d'informations et également d'informations pertinentes. L'on relève peu de plaintes au sujet de l'absence de professionnalisme ou de collaboration du personnel.

3.2.2. Formulaires

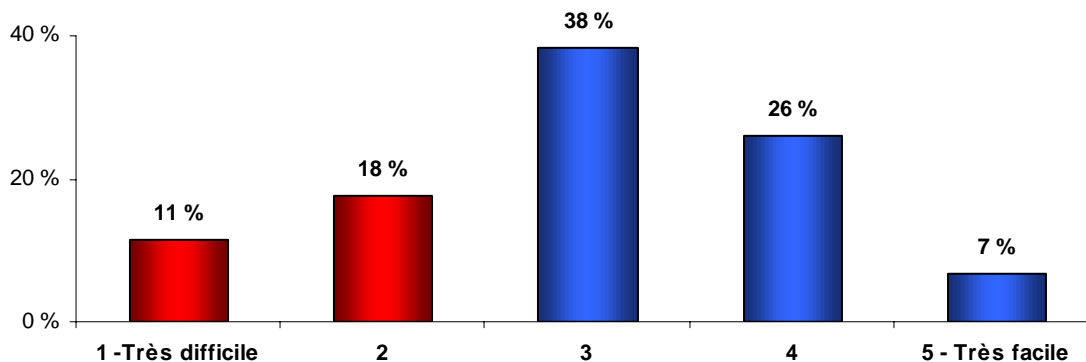
Les intervenants estiment qu'il n'est pas facile de remplir les formulaires prescrits.

On a également demandé aux participants leurs commentaires quant à la facilité de remplir les formulaires prescrits par la DPSN. Les répondants ayant indiqué que les formulaires étaient difficiles à remplir ont été invités à préciser de quels formulaires il s'agissait et quelles étaient les difficultés en question.

Les participants ont évalué la facilité de remplir les formulaires selon une échelle de 1 à 5, où «1» signifie très difficile et «5», très facile. Plusieurs participants ont indiqué qu'ils n'avaient soit jamais eu à remplir un formulaire (38 %) ou encore n'étaient pas en mesure de répondre à cette question (7 %). Les entreprises de petite taille (42 %), les détaillants (61 %), les distributeurs (25 %), les consultants (25 %), les praticiens traditionnels (52 %), et les praticiens en médecine complémentaire et alternative à base de PSN (50 %) sont ceux qui ont été le moins appelés à remplir un formulaire.

Dans l'ensemble, les intervenants ont jugé que les formulaires n'étaient pas très faciles à remplir, alors que seulement un tiers des participants (33 %) ont jugé qu'ils étaient soit faciles (26 %) ou très faciles (7 %) à remplir. Quatre répondants sur dix (38 %) ont par ailleurs attribué une cote neutre («3») à cet élément au sujet des formulaires. Enfin, trois intervenants sur dix (29 %) ont indiqué que les formulaires étaient difficiles (18 %) ou encore, très difficiles (11 %), à remplir. Les ONG (21 % - cotes de 4 et de 5), les détaillants (19 %), et les petites entreprises (23 %) ont jugé le plus souvent que les formulaires étaient difficiles à remplir.

Graphique 46 : Complexité des formulaires prescrits par la DPSN
n = 837

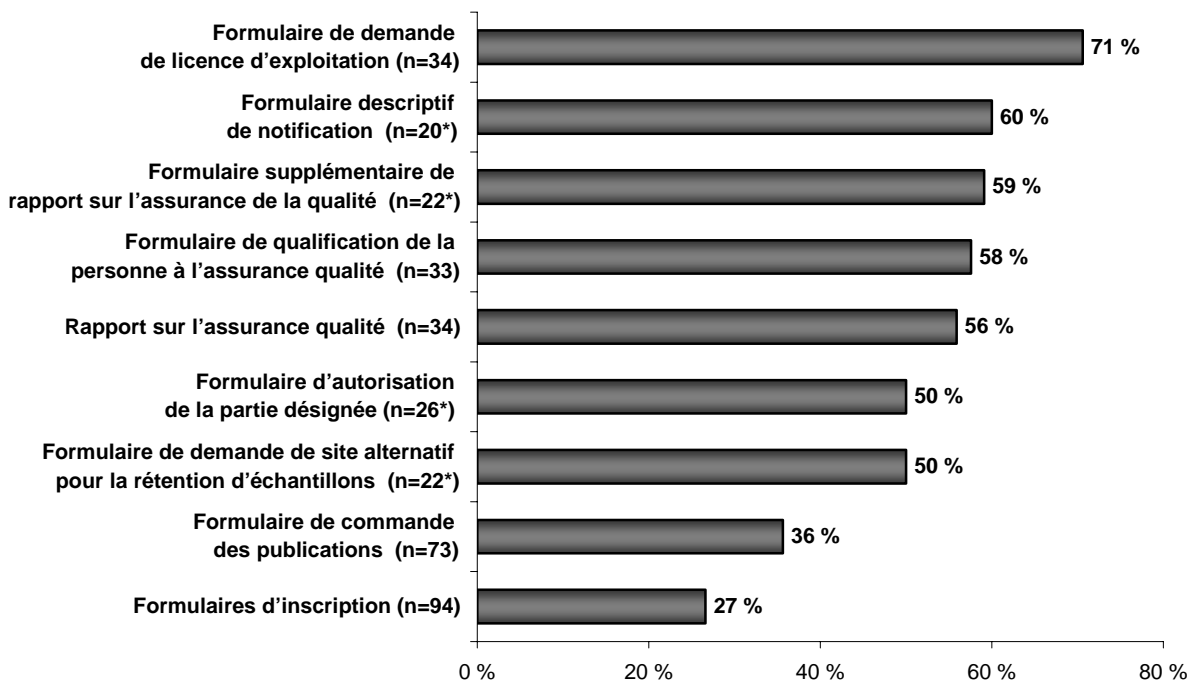


Les intervenants estimant que les formulaires étaient difficiles à remplir ont été invités à préciser ceux qui l'étaient. Parmi les divers formulaires cités, le formulaire de demande de licence



d'exploitation est celui jugé le plus difficile à remplir par la proportion la plus élevée des intervenants estimant que les formulaires prescrits par la DPSN étaient difficiles à remplir et avaient eu à remplir ce formulaire (71 %). Certains autres formulaires sont également nommément mentionnés par plus de la moitié des répondants de ce groupe, notamment le formulaire descriptif de notification (60 %), le formulaire supplémentaire de rapport sur l'assurance de la qualité (59 %), le formulaire de qualification de la personne à l'assurance qualité (58 %), et le rapport sur l'assurance qualité (56 %). Le formulaire de commande des publications (36 %) et les divers formulaires d'inscription (27 %) ont également été mentionnés par un plus petit nombre de participants. Encore une fois, ce sont les détaillants qui ont davantage tendance à mentionner plusieurs des formulaires prescrits comme étant parmi ceux qui étaient plus difficiles à remplir.

Graphique 47 : Complexité des formulaires

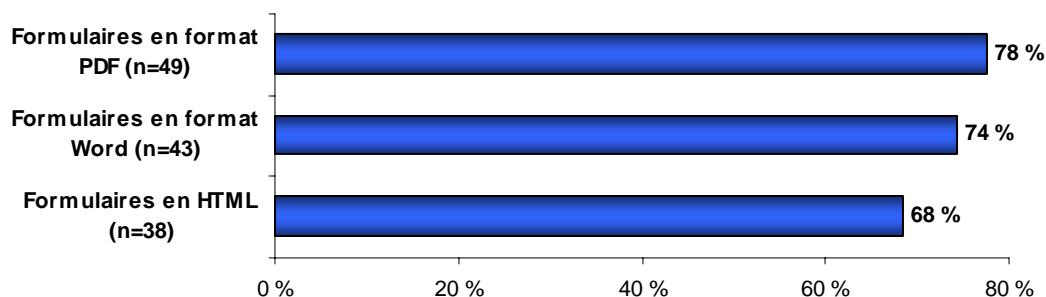


* Dénote un échantillon dont la taille est trop petite pour produire des résultats fiables.

Les participants ayant jugé les formulaires difficiles à remplir ont été invités à préciser si les formulaires disponibles en ligne présentaient une complexité particulière. Parmi ceux ayant jugé certains formulaires difficiles à remplir et qui ont tenté de remplir des formulaires en ligne, plus de la moitié (57 %) ont précisé que les formulaires en ligne comptaient parmi les plus difficiles à remplir. Les participants estimant que les formulaires en ligne étaient difficiles à remplir ont indiqué que cela était le cas peu importe le format (PDF – 78 %, Word – 74 %, HTML – 68 %).

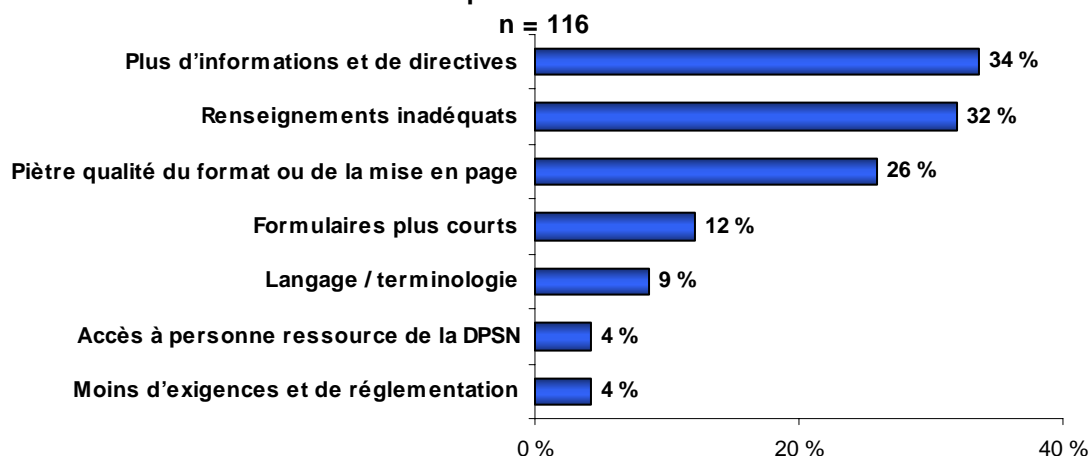


Graphique 48 : Complexité des formulaires en ligne



Afin d'améliorer les formulaires, les participants ont suggéré que l'on fournisse plus d'information (34 %) et des informations plus pertinentes (32 %), notamment au plan des directives (18 %) et des exemples (11 %). Certains ont également suggéré d'améliorer la mise en page des formulaires (26 %) et de les raccourcir (12 %).

Graphique 49 : Améliorations suggérées aux formulaires prescrits par la DPSN





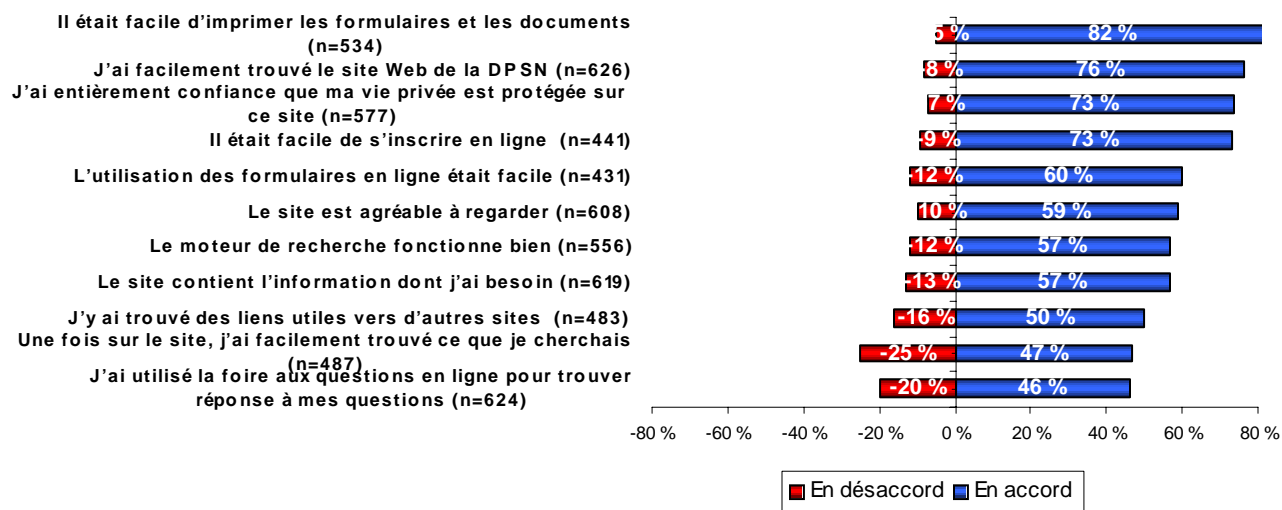
3.2.3. Site web de la DPSN

Les intervenants sont satisfaits de la qualité du site web de la DPSN.

Les intervenants ayant consulté le site web de la DPSN (n = 653) ont été invités à signifier dans quelle mesure ils étaient en accord ou en désaccord avec un certain nombre d'énoncés à cet égard. On leur a demandé d'utiliser une échelle de 1 à 5, où 1 signifie « Fortement en désaccord » et 5 signifie « Fortement en accord ». Les participants n'ayant pas utilisé certaines caractéristiques du site web n'ont pas attribué une cote à ces éléments. Parmi les caractéristiques du site n'ayant pas été utilisées par un quart à un tiers des répondants, signalons : les formulaires en ligne (34 % n'ont pas utilisé cette option ou n'ont pas répondu à cette question), l'inscription à des activités publiques (32 %), les liens vers d'autres sites (26 %), et la foire aux questions (25 %). Les détaillants et les petites entreprises étaient ceux qui avaient le moins utilisé plusieurs caractéristiques du site.

Les cotes attribuées par ceux ayant effectivement utilisé le site web vont de modérément positives à fortement positives. Les caractéristiques ayant obtenu les meilleures cotes sont les suivantes : il est facile d'imprimer les formulaires et les documents (82 % en accord et fortement en accord), le site est facile à trouver (76 %), j'ai entièrement confiance que ma vie privée est protégée sur ce site (73 %), et il est facile de s'inscrire en ligne (73 %). D'autres caractéristiques n'ont pas obtenu des cotes aussi élevées : j'ai facilement trouvé ce que je cherchais (46 %), j'ai utilisé la foire aux questions en ligne pour trouver réponse à mes questions (47 %), et j'y ai trouvé des liens utiles vers d'autres sites (50 %). Les groupes les moins satisfaits à l'égard des caractéristiques du site web étaient ceux des détaillants, des petites entreprises, et des praticiens en médecine complémentaire et alternative à base de PSN. L'industrie réglementée est moins satisfaite à l'égard des liens vers d'autres sites (39 %) et l'utilité de la foire aux questions en ligne pour trouver réponse à ses questions (39 %) comparativement à l'industrie non réglementée (59 % et 51 %, respectivement).

Graphique 50 : Satisfaction à l'égard du site web de la DPSN



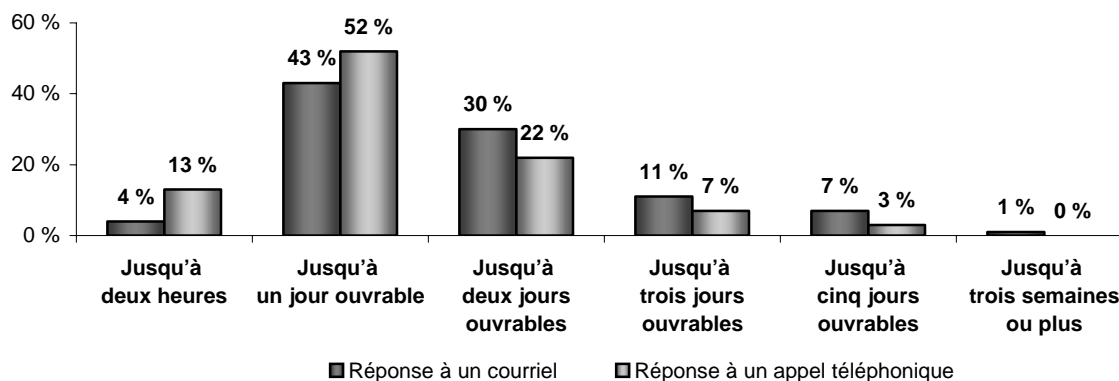


3.2.4. Délais d'attente

Les intervenants sont d'avis que le personnel de la DPSN devrait répondre aux courriels et retourner les appels téléphoniques dans un délai d'au plus un à deux jours ouvrables.

On a demandé aux participants quel était le délai d'attente acceptable avant que le personnel réponde à un courriel ou retourne un appel téléphonique. Les communications téléphoniques exigeraient une attention plus urgente comparativement aux courriels. Un intervenant sur sept (13 %) estime qu'il faudrait répondre à un appel téléphonique au plus dans les deux heures, comparativement à moins d'un intervenant sur vingt (4 %) que est d'avis qu'il convient de répondre à un courriel à l'intérieur de ce même délai. La majorité (52 % - appels téléphoniques, 43 % - courriels) affirme que le personnel de la DPSN devrait répondre à de telles communications à l'intérieur d'un délai d'un jour ouvrable. Seulement une minorité de répondants (10 % - appels téléphoniques, 18 % - courriels) affirme que le personnel de la DPSN devrait disposer d'un délai de plus de deux jours ouvrables pour répondre à une communication.

Graphique 51 : Délais d'attente acceptables
n=837



3.2.5. Attitudes à l'égard des renseignements et des services offerts par la DPSN

Les intervenants ne sont pas très satisfaits à l'égard des services de la DPSN. L'écart entre le niveau d'importance attribué aux caractéristiques du service et le niveau de satisfaction est très grand.

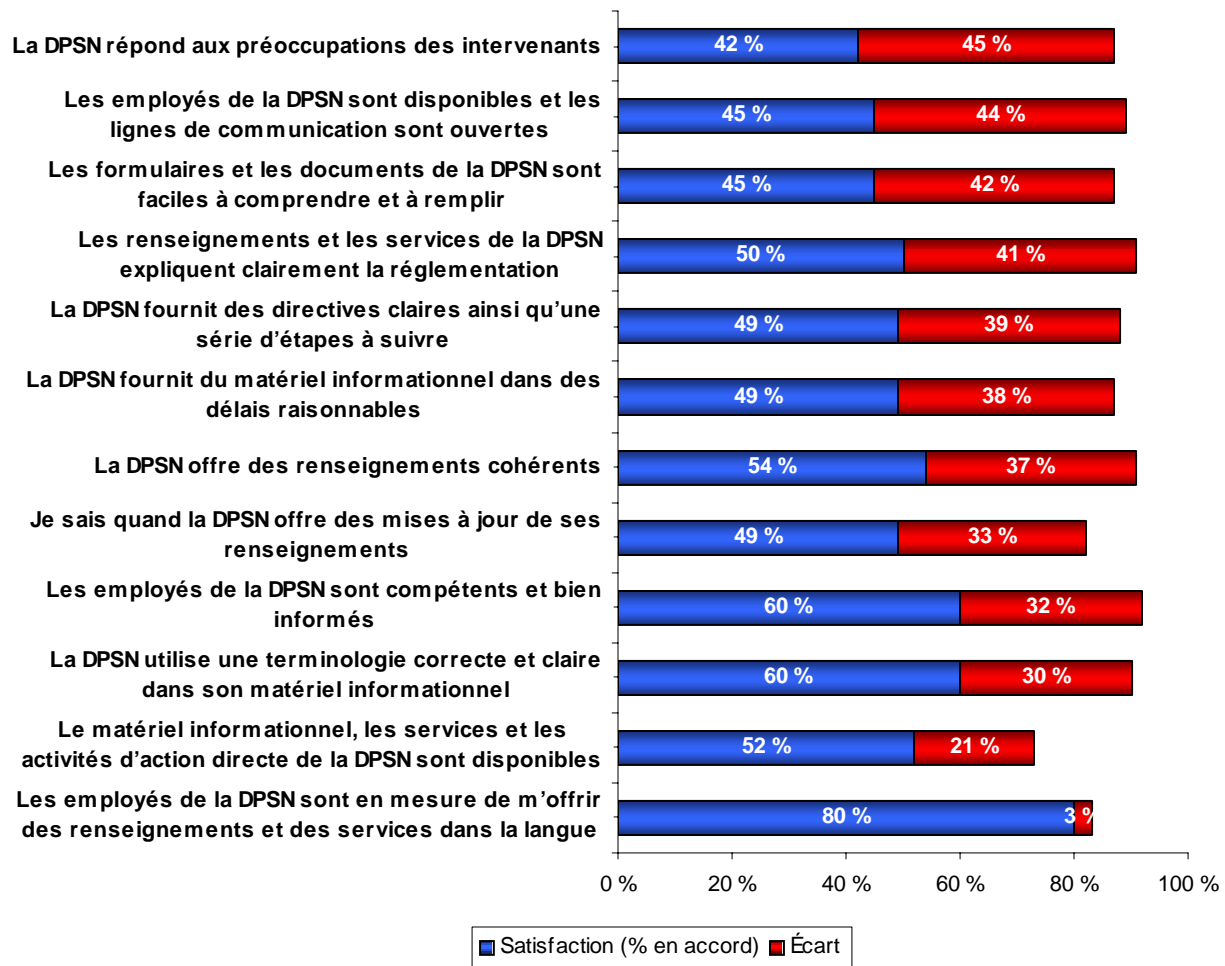
On a lu aux intervenants une liste d'énoncés au sujet des renseignements et des services offerts par la DPSN et on leur a ensuite demandé d'attribuer une cote à leur niveau d'accord par rapport à chaque énoncé (dénotant ainsi leur niveau de satisfaction) ainsi que l'importance de ces caractéristiques. Le niveau d'accord avec les énoncés est bas, se situant dans une fourchette de 40 % à 60 % pour tous les énoncés, sauf quant à la disponibilité des services dans la langue officielle choisie par l'intervenant; quatre intervenants sur cinq (80 %) sont en accord avec cet énoncé. Les répondants accordent un niveau d'importance très élevé à toutes les caractéristiques (80 % à 95 %), alors que l'importance relativement à la disponibilité des renseignements de la DPSN dans différents points de service étant le plus bas (73 %).



Par rapport aux intervenants des autres secteurs de l'industrie, les praticiens attribuent des cotes plus positives à l'égard de la plupart des caractéristiques. Au sein de l'industrie, les détaillants ont une appréciation plus positive, alors que les fabricants affichent l'appréciation la moins positive.

L'écart entre le niveau de satisfaction (accord) et le niveau d'importance, obtenu en soustrayant la cote du niveau de satisfaction de la cote du niveau d'importance, a servi à cerner les caractéristiques nécessitant une attention plus immédiate. Le graphique suivant présente les cotes de satisfaction ainsi que les écarts entre le niveau d'importance attribué à chaque caractéristique et la cote de satisfaction attribuée à l'égard de la même caractéristique. La plupart des écarts sont très grands et exigent que l'on apporte des améliorations à ces caractéristiques.

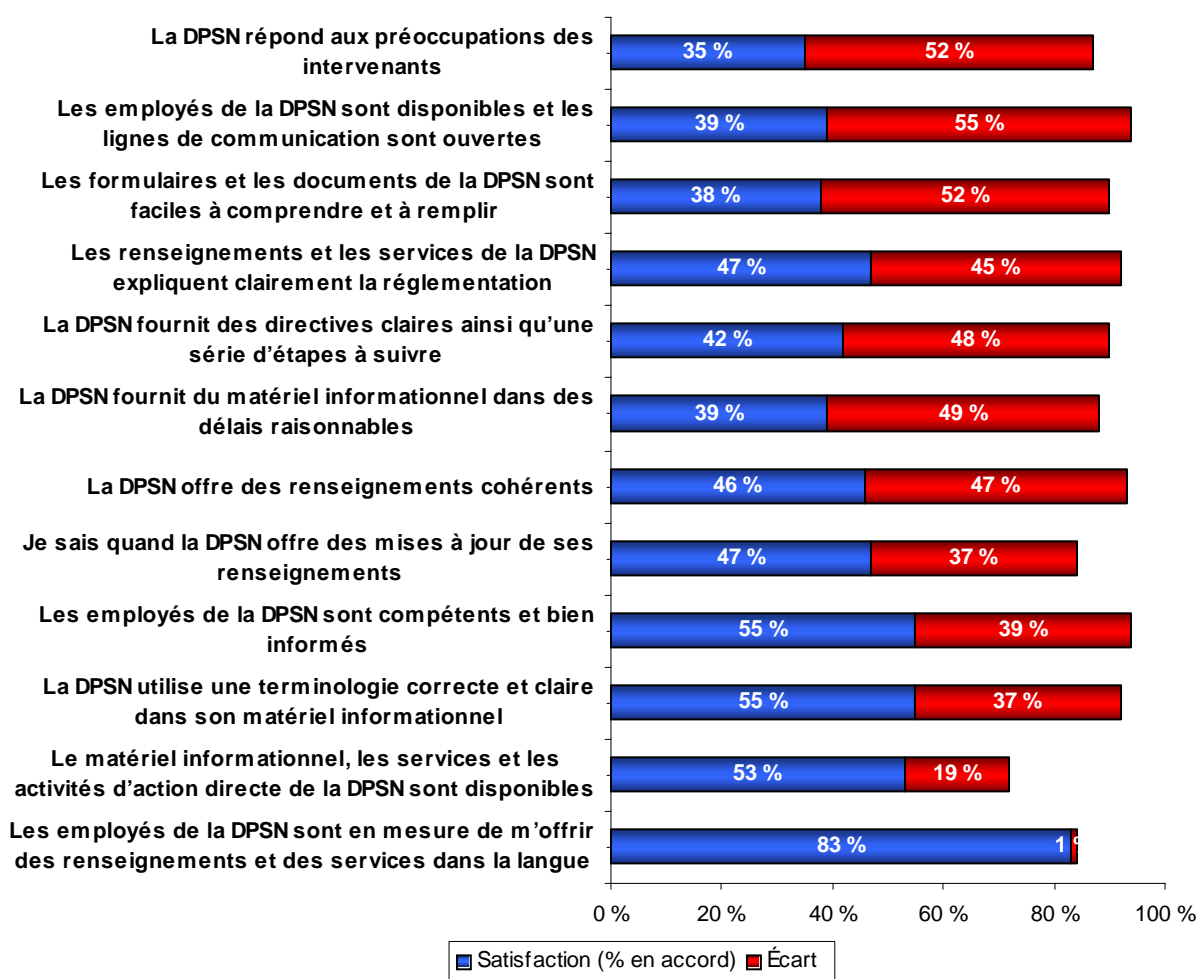
Graphique 52 : Satisfaction et importance - Écarts
n = 837





L'industrie réglementée est plus exigeante que l'industrie non réglementée à cet égard. Ses intervenants attribuent une plus grande importance au fait de répondre aux préoccupations des intervenants (87 % c. 80 %) et que les employés soient disponibles et que les lignes de communication soient ouvertes (94 % c. 87 %). Ils affichent également un niveau de satisfaction moins élevé à l'égard de la mention à l'effet que la DPSN fournit du matériel informationnel dans un délai raisonnable (39 % c. 50 %) et que les employés de la DPSN sont compétents et bien informés (55 % c. 62 %).

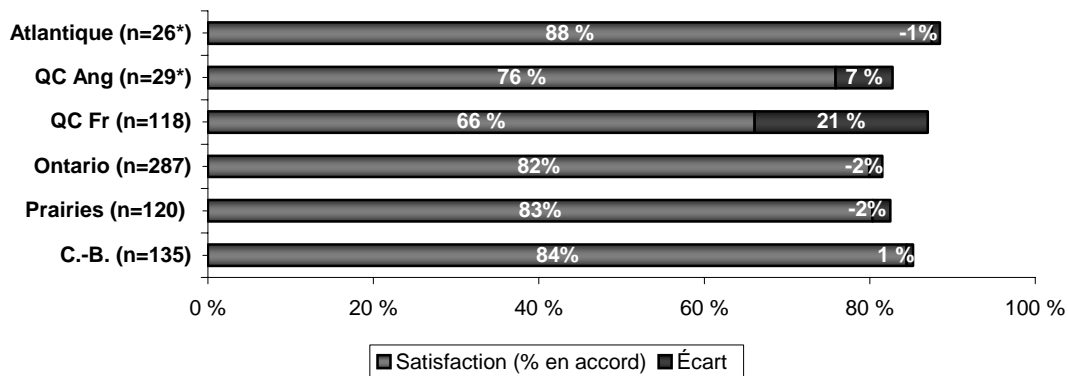
**Graphique 53 : Satisfaction et importance - Écart
(industrie réglementée)
n = 249**





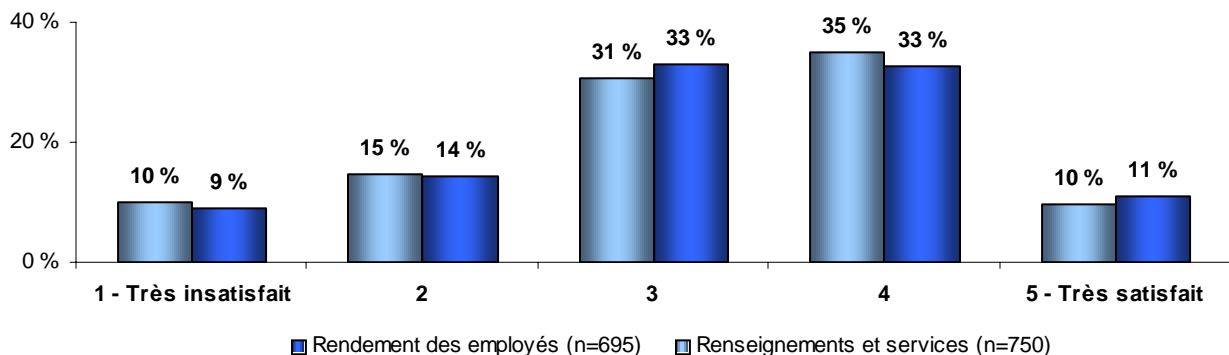
Le niveau de satisfaction quant à la mesure dans laquelle les employés de la DPSN peuvent communiquer dans la langue officielle de l'intervenant a fait l'objet d'une évaluation en fonction de la région et de la langue utilisée au sein de la région.⁶ Les intervenants du secteur des PSN au Québec, tant anglophones que francophones, étaient ceux qui étaient les moins satisfaits à l'égard de ce volet des services offerts par la DPSN. Parmi ceux-ci, les francophones ont attribué la cote de satisfaction la moins élevée (66 %), constituant l'écart le plus important entre le niveau de satisfaction et le niveau d'importance (21 %).

**Graphique 54 : Communications dans la langue officielle
Satisfaction et importance - Écart de satisfaction, par région**



On a ensuite demandé aux intervenants d'indiquer dans quelle mesure ils étaient satisfaits, dans l'ensemble, du rendement des employés de la DPSN concernant les renseignements et les services offerts, et leur niveau de satisfaction concernant les renseignements et les services obtenus. Le niveau de satisfaction à l'égard de ces deux éléments est relativement faible; moins de la moitié des intervenants les ont évalués comme étant satisfaisants (44 % - employés, 45 % - renseignements et services). Les intervenants internes (58 % et 56 %) et les praticiens (51 % et 55 %) sont les plus satisfaits quant au rendement des employés à cet égard, alors que les participants de l'industrie sont les moins satisfaits à l'égard des deux éléments (40 % et 40 %).

Graphique 55 : Satisfaction à l'égard des employés et des services de la DPSN



⁶ Seul les participants du Québec ont choisi de réaliser les entrevues en français, alors que les entrevues avec les intervenants des autres régions ont été réalisées en anglais.

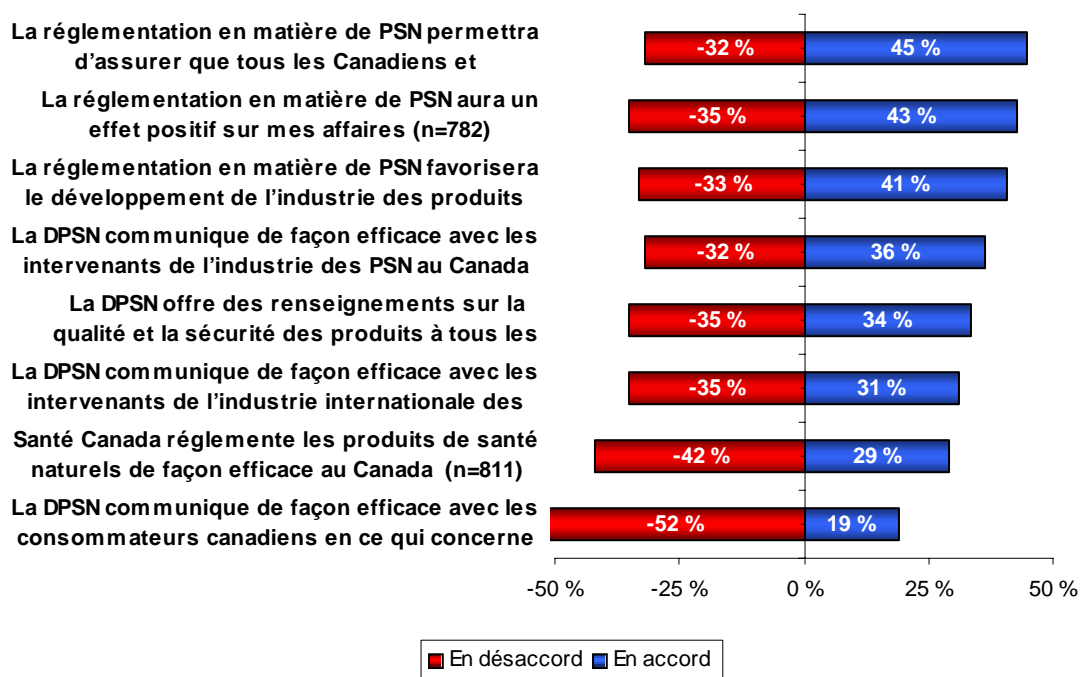


3.2.6. Attitudes envers la DPSN et la réglementation sur les PSN

Les attitudes envers la DPSN et de la réglementation est généralement négative.

Afin de mesurer les attitudes des intervenants à l'égard de la DPSN, on leur a demandé d'attribuer une cote en fonction de leur niveau d'accord à l'égard de certains énoncés au sujet de la DPSN, de son efficacité, et de la réglementation sur les PSN. Les cotes obtenues à cet égard sont faibles – elles varient de 19 % qui croient que « la DPSN communique de façon efficace avec les consommateurs canadiens en ce qui concerne la réglementation en matière de produits de santé naturels » à 45 % qui croient que « la réglementation en matière de produits de santé naturels permettra d'assurer que tous les Canadiens et les Canadiennes auront accès à des produits de santé naturels sécuritaires, efficaces et de haute qualité ».

Graphique 56 : Attitudes envers la DPSN



Certains types d'intervenants tendent à attribuer une cote moins élevée à l'égard de la DPSN comparativement à d'autres groupes d'intervenants. Un détaillant sur cinq (19 % c. 32 %) se dit en accord avec l'énoncé à l'effet que « Santé Canada réglemente les produits de santé naturels de façon efficace au Canada ». L'attitude de l'industrie réglementée est plus positive (33 %), par rapport à l'industrie non réglementée (24 %), au sujet de l'efficacité de la réglementation des PSN au Canada par Santé Canada ou la DPSN. Les praticiens en médecine complémentaire et alternative à base de PSN étaient ceux qui étaient le moins en accord avec les énoncés à l'effet que « la réglementation en matière de PSN favorisera le développement de l'industrie » (29 % c. 58 %), et « la réglementation en matière de PSN aura un effet positif sur mes affaires » (26 % c. 52 %). Les grandes entreprises (100 employés et plus) avaient le moins tendance à estimer que « la DPSN offre des renseignements sur la qualité et la sécurité des produits à tous les Canadiens et Canadiennes » (16 % c. 35 %).



3.3. Les renseignements et services offerts par la DPSN à l'intention de l'industrie

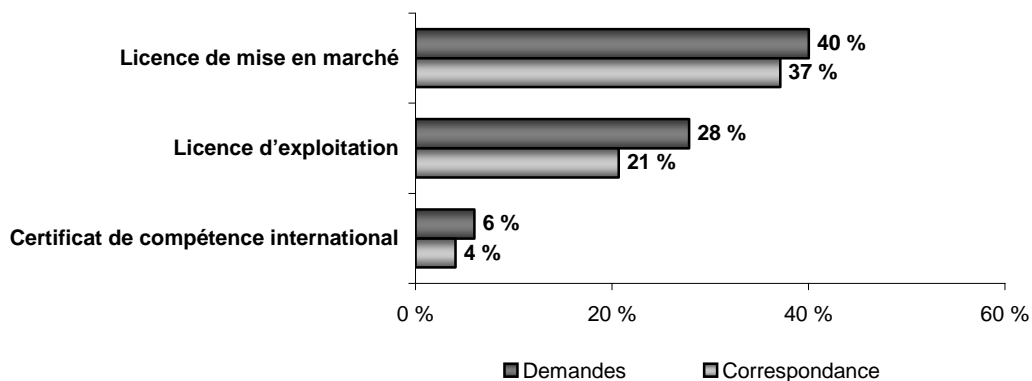
On a demandé aux intervenants de l'industrie qui sont au courant du règlement sur les PSN et de la DPSN (n = 517) s'ils ont reçu des informations ou services relatifs à la DPSN tandis qu'ils faisaient une demande pour différentes licences relatives à des PSN. Ceux qui ont répondu dans l'affirmative (n = 274) ont été priés de répondre à des questions subsidiaires concernant les informations et services qu'ils ont reçus de la DPSN. Ceux qui ont répondu dans la négative (n = 243) sont passés à la section suivante.

3.3.1. Le profil des renseignements requis

Plus de la moitié des intervenants de l'industrie au courant du règlement sur la DPSN et sur les PSN ont présenté au moins une demande à la Direction ou reçu de la correspondance à ce sujet. La majorité des demandes interviennent au début du processus.

Pour commencer, on a demandé aux intervenants de l'industrie s'ils avaient présenté des demandes à la DPSN et s'ils avaient reçu une correspondance de la Direction au sujet de leurs demandes. Quatre intervenants de l'industrie sur dix (40 %) ont présenté une demande de licence de mise en marché; plus d'un quart (28 %) ont fait une demande de licence d'exploitation; et un petit nombre (6 %) ont formulé une demande de certificat de compétence international. De surcroît, trois (3) institutions de recherche commanditaires ont présenté des demandes de d'essais cliniques. Les intervenants ont reçu en plus faible proportion de la correspondance de la DPSN touchant leurs demandes : 37 % ont reçu des communications sur une licence de mise en marché; 21 %, sur une licence d'exploitation; 4 %, sur un Certificat de compétence international; et deux personnes, sur les essais cliniques.

Graphique 57 : Demandes et correspondance
n = 517

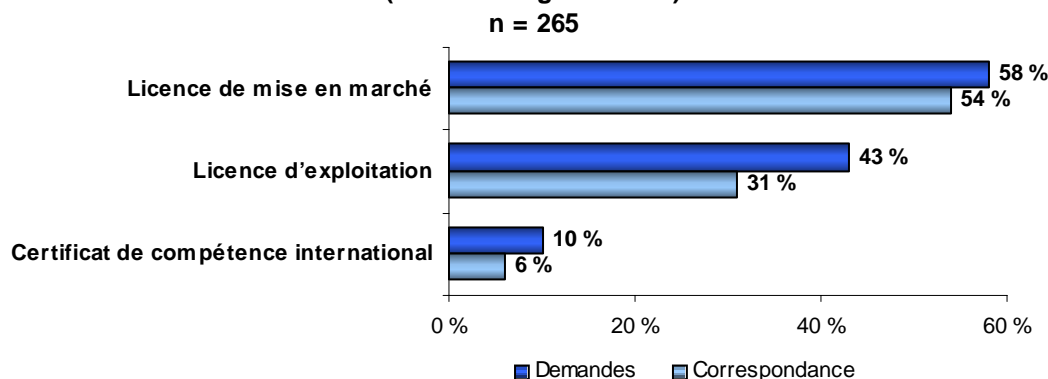


La probabilité qu'une demande a été soumise et qu'une correspondance a été reçue varie en fonction du secteur et de la taille de l'entreprise. Les détaillants sont ceux qui sont les moins susceptibles d'avoir présenté l'une des demandes ou d'avoir reçu quoi que ce soit de la DPSN, suivis par les distributeurs et les consultants. Les laboratoires d'essais (64 %) sont les plus susceptibles d'avoir présenté des demandes de licence d'exploitation. La probabilité de demande de licence de mise en marché ou d'une demande d'exploitation, ou de réception d'une correspondance, grandit à mesure que l'entreprise est plus



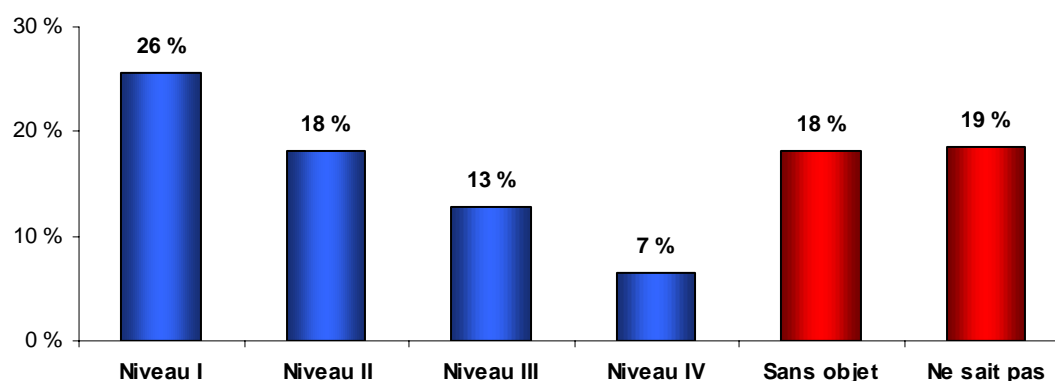
importante. L'industrie réglementée est la plus susceptible de soumettre des demandes et de recevoir des communications concernant les licences de mise en marché, les licences d'exploitation et les certificats de compétence internationaux.

**Graphique 58 : Demandes et correspondance
(Industrie réglementée)**



On a ensuite demandé aux intervenants de l'industrie à quelle étape du processus se situait leur demande. Ceux qui ont plus d'une demande ont été priés d'indiquer la demande qui est la plus avancée dans le processus, ou celle qui a été achevée le plus récemment. Une proportion considérable des participants (19 %) ne connaissaient pas la réponse ou ont déclaré qu'elle ne s'appliquait pas à eux (18 %). Un quart des intervenants (26 %) la situait au Niveau 1 – vérification de la demande; un sixième (18 %) en était au Niveau 2 – traitement des demandes; et un huitième (13 %) était parvenu au Niveau 3 – évaluation de la demande. Un quinzième (7 %) des intervenants ont indiqué que leur demande en est au dernier niveau, soit la décision touchant la demande. Les détaillants sont les moins susceptibles de savoir à quel niveau se situe leur demande.

Graphique 59 : Étape de la demande la plus près de l'achèvement
n = 274



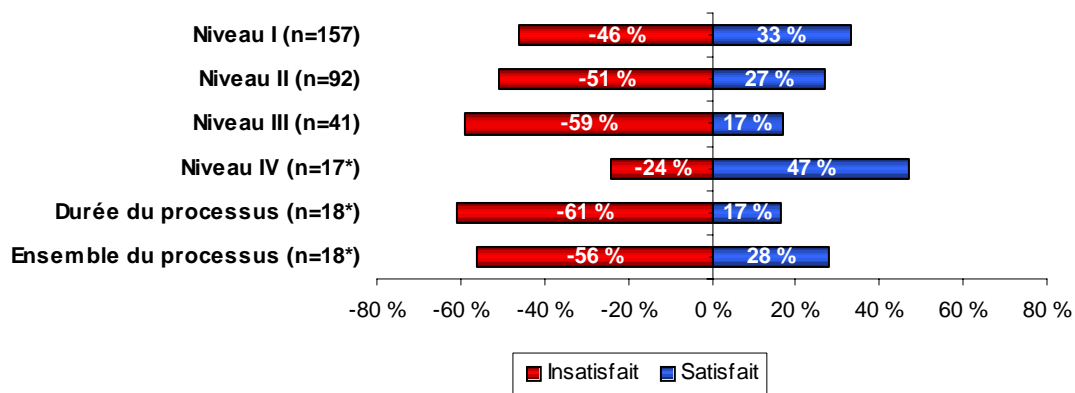


3.3.2. La satisfaction envers le processus de demande

Les intervenants de l'industrie sont relativement insatisfaits du processus de demande; ils conseillent de l'accélérer et d'ajouter du personnel afin de l'améliorer.

On a demandé aux intervenants dans quelle mesure ils étaient satisfaits de chacune des étapes du processus de demande, du processus dans son ensemble et de la durée du processus. Les répondants ont utilisé une échelle de 1 à 5, où «1» signifie très insatisfait(e) et «5», très satisfait(e). Les participants sont globalement insatisfaits du processus : plus de quatre représentants de l'industrie sur dix sont insatisfaits de chacun des trois premiers niveaux (notation de 1 ou 2). Les quelques personnes (17) qui ont atteint le quatrième niveau étaient moins insatisfaites : un quart (24 %) se dit insatisfait et près de la moitié (47 %), satisfait. Néanmoins, ce groupe est encore mécontent du processus dans son ensemble (56 % insatisfaits) et de sa durée (61 % insatisfaits).

Graphique 60 : Satisfaction à l'égard des étapes du processus de demande

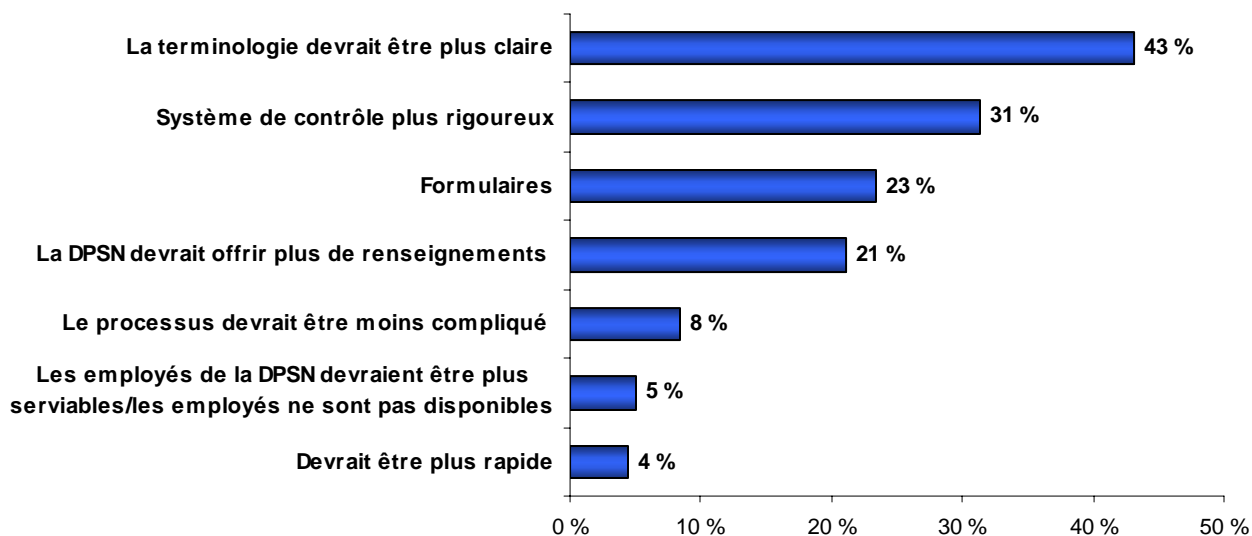


- Dénote des échantillons de taille trop faible pour fournir des résultats fiables.



On a ensuite demandé aux intervenants de l'industrie comment améliorer le processus de demande. Voici les principales améliorations suggérées : accélération du processus (43 %); davantage de personnel, qui devrait être plus serviable (31 %); rendre le processus moins compliqué (23 %); et la DPSN devrait fournir davantage d'informations (21 %).

Graphique 61 : Améliorations à apporter au processus de demande de la DPSN
n = 274



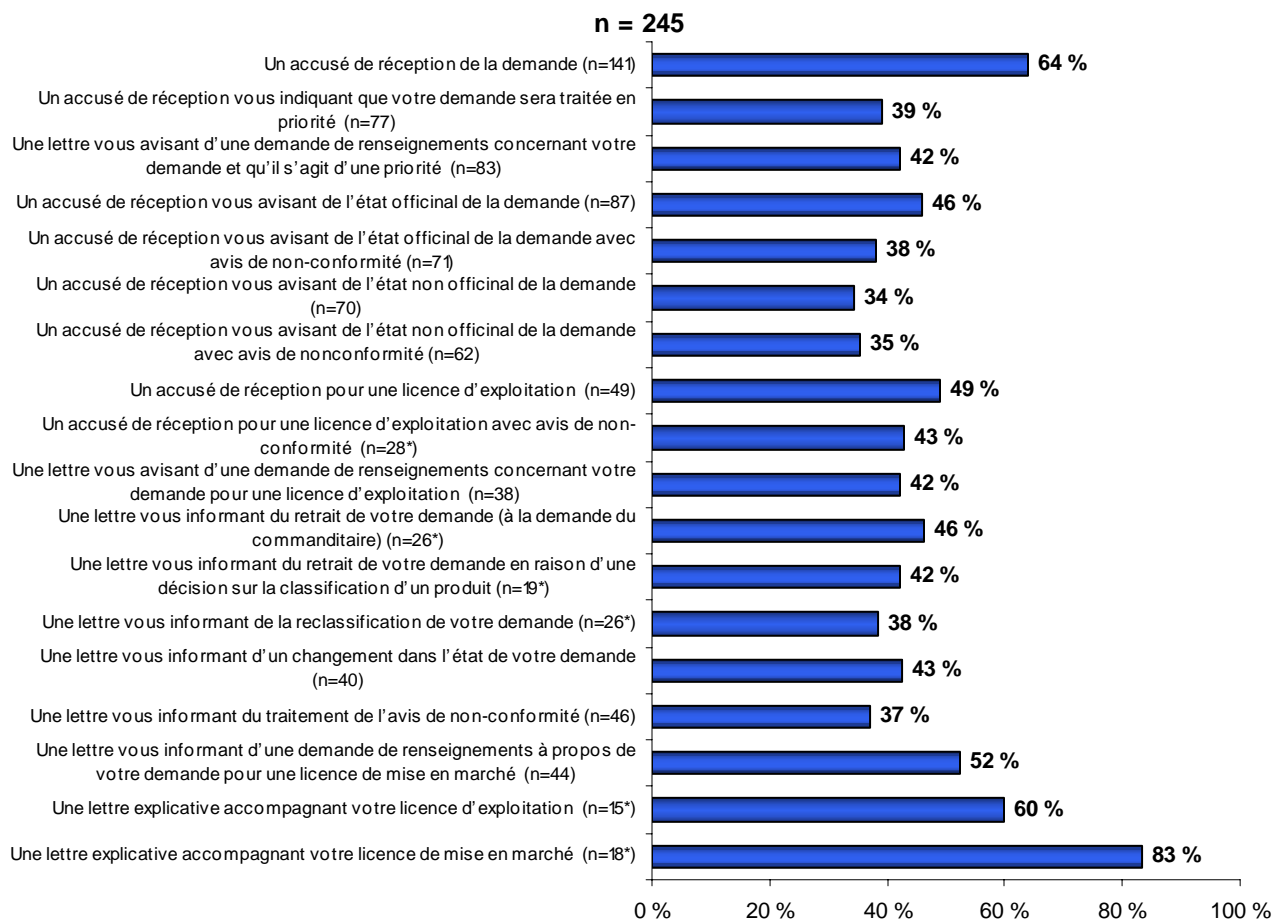


3.3.3. La satisfaction envers la correspondance avec la DPSN

Les intervenants de l'industrie ont accordé une faible note aux documents d'information et à la communication de la DPSN au cours du processus de demande.

Les intervenants de l'industrie ayant reçu des documents de la DPSN ont indiqué dans quelle mesure ils étaient satisfaits de cette documentation au moyen d'une échelle de 1 à 5, où «1» signifie très insatisfait(e) et «5», très satisfait(e). Une note assez basse a été accordée à la majorité des documents; entre un tiers et la moitié des intervenants ont donné une cote positive à la plupart de ces documents. Parmi les exceptions figurent la lettre accusant réception de la demande (64 %), la lettre de délivrance d'une licence d'exploitation (60 %) et la lettre de délivrance d'une licence de mise en marché (83 %), qui sont jugées plus satisfaisantes que le reste.

Graphique 62 : Satisfaction à l'égard de la documentation de la DPSN



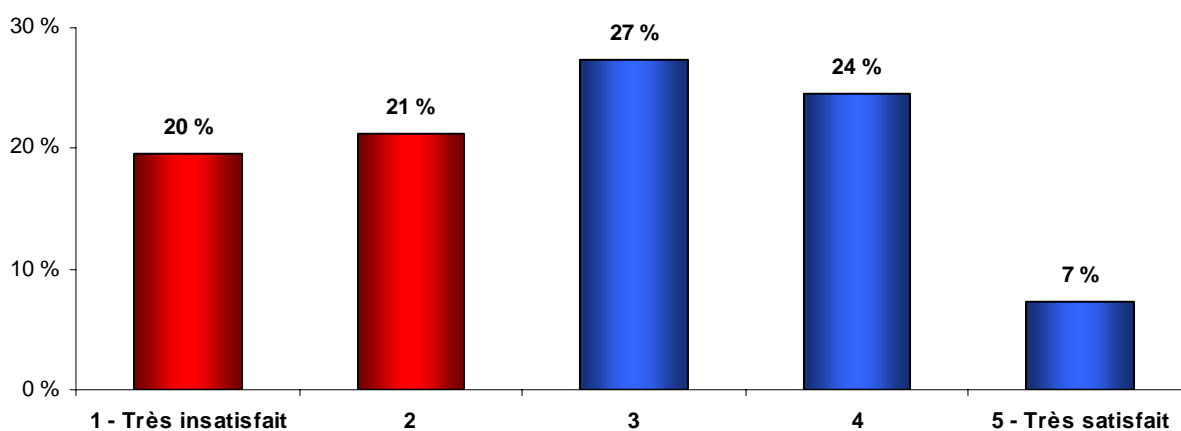
* Dénote des échantillons de taille trop faible pour fournir des résultats fiables; on a exclu les résultats obtenus de moins de cinq participants (demandeurs d'essais cliniques et de certificats de compétence internationaux, et utilisateurs de documents de bonnes pratiques de fabrication (BPF)).



L'industrie réglementée est plus satisfaite que l'industrie non réglementée de la lettre d'accusé de réception d'une demande de licence d'exploitation (58 % contre 11 %) et de la lettre avisant le retrait de la demande (55 % contre 17 %).

On a aussi demandé aux intervenants dans quelle mesure ils sont satisfaits des communications de la DPSN au cours du processus de demande. Plus de quatre sur dix (41 %) sont insatisfaits (20 %) ou très insatisfaits (21 %) du processus; un sur quatre (27 %) est neutre; et seulement un sur trois (31 %) est satisfait.

Graphique 63 : Satisfaction à l'égard des communications avec la DPSN
n = 245



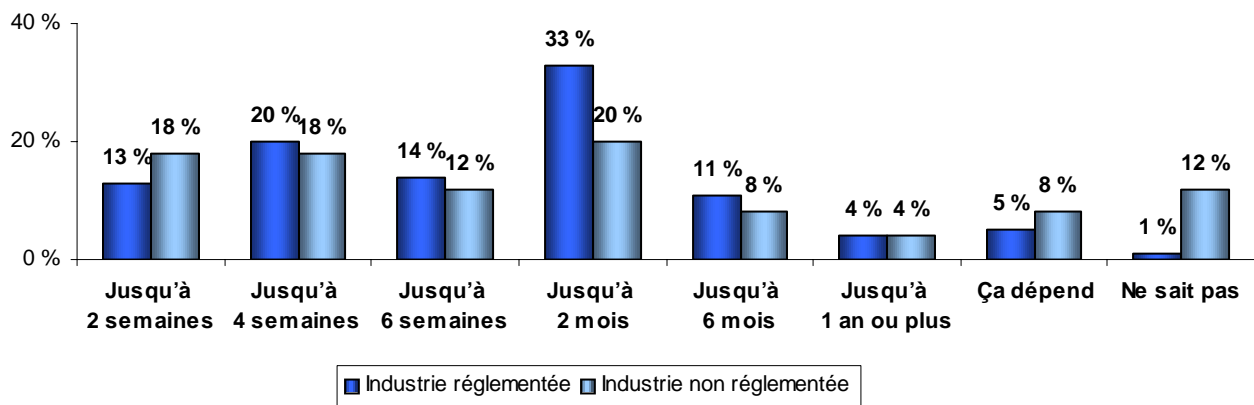


3.3.4. Les délais d'attente avant d'obtenir une décision

Les trois-quarts des intervenants de l'industrie estiment qu'il conviendrait de prendre une décision finale à l'égard d'une demande en l'espace de deux mois.

Une autre question posée spécifiquement aux intervenants de l'industrie concernait le délai d'attente qu'ils jugeaient acceptable pour que la DPSN prenne une décision finale à l'égard d'une demande. Les trois-quarts (77 %) estiment que la décision devrait être prise dans les deux mois de la demande, y compris une moitié (48 %) qui estime qu'elle devrait être prise en l'espace de six semaines.

Graphique 64 : Délais d'attente acceptables avant d'obtenir une décision finale
n = 274



L'industrie réglementée est plus exigeante que l'industrie non réglementée touchant l'acceptabilité du délai d'attente pour une décision finale. Un tiers (33 %) de l'industrie réglementée estime que la décision devrait être prise dans les deux mois, contre 20 % dans l'industrie non réglementée.



4. Méthodologie

4.0.0.1 Conception du questionnaire

Le questionnaire utilisé pour cette étude a été conçu par des consultants chevronnés de Decima en collaboration étroite avec le chargé de projet à Santé Canada. On y a intégré dans la mesure du possible des questions tirées de l'Outil de mesures communes (OMC), qui est un ensemble de questions normalisées créé par le gouvernement du Canada afin de mesurer l'importance de la prestation de ses services et la satisfaction à cet égard. L'OMC contient des questions sur la satisfaction à l'égard des services, le rendement des agents de prestation des services et les résultats des interactions de l'intervenant avec l'agent de prestation. Ce questionnaire a été traduit en français par le traducteur interne de Decima.

Le sondage a fait l'objet d'un test préliminaire avec 28 répondants avant de recevoir sa forme finale. Le test préliminaire a permis à Decima et à Santé Canada de cerner des modifications à apporter. Decima a ensuite apporté les modifications voulues aux questionnaires dans les deux langues avant de procéder à l'étude sur le terrain.

4.0.0.2 Plan d'échantillonnage

L'échantillon utilisé dans cette étude est tiré de plusieurs sources. Après élimination des dossiers en double (en fonction du nom et du numéro de téléphone des répondants éventuels), voici les échantillons qui restaient:

- 1) Une liste de 1 356 intervenants fournie par la Direction des produits de santé naturels (DPSN).
- 2) Une liste de 18 576 entreprises engagées dans l'industrie des produits de santé naturels (PSN), acquise auprès d'un fournisseur d'échantillons commerciaux en fonction des codes de Classification type des industries (CTI). Ces codes servent à classer les entreprises en fonction de la nature de leur activité.
 - a. La liste comprenait 3 560 intervenants de l'industrie (fabricants, distributeurs, importateurs, détaillants, étiqueteurs et emballeurs du secteur des PSN).
 - b. On a inclus en outre 15 016 praticiens (chiropraticien, naturopathes, nutritionnistes, acupuncteurs, homéopathes, praticiens en médecine parallèle et en médecine holistique, herboristes, pharmaciens, médecins, diététistes et physiothérapeutes). Les médecins constituaient l'échantillon le plus important (6 099).
- 3) Listes d'associations réglementaires provinciales (50) et d'ONG internationales (7) et canadiennes (8). Les listes des organisations ont été fournies par Santé Canada; Decima a trouvé sur Internet les noms des personnes-ressources.
- 4) Une liste de 463 entreprises, exploitants et prestataires de services canadiens de produits de santé naturels, obtenue auprès de Contact Canada®.



4.0.0.3. Administration de l'étude

Le sondage a été réalisé par entrevue téléphonique avec 2 188 répondants, en français ou en anglais, à l'aide de la technologie d'interview téléphonique assistée par ordinateur (ITAO), à partir des bureaux de Decima situés à Ottawa, à Toronto et à Montréal, entre le 31 janvier et le 4 mars 2005. Le temps moyen consacré à la réalisation de l'entrevue fut de 12 minutes. Selon le type d'intervenant, le temps moyen d'entrevue varie de 17 minutes (industrie) à six (6) minutes (praticiens).

Decima a mis au point des capacités globales et des mesures de contrôle de la qualité à l'interne en ce qui concerne la cueillette, le traitement et le dépouillement des données qui en assurent l'exactitude et l'exhaustivité. Ces mesures sont conformes aux normes dans l'industrie sinon les surpassent, notamment celles établies par l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing (ARIM) (dont Decima est un membre Or).

Un encadrement professionnel, sur place, a été fourni continuellement tout au long de l'étude. Decima a fait appel à une structure à deux équipes en tandem : (1) une équipe de superviseurs chargés de gérer la logistique du projet, la formation, les quotas et les activités courantes au jour le jour; et (2) une équipe chargée du contrôle de la qualité, constituée de superviseurs dédiés travaillant en étroite collaboration avec le gestionnaire des préposés aux entrevues afin d'évaluer le travail de ces derniers et de veiller à maintenir une qualité élevée et une exactitude rigoureuse dans la cueillette des données.

Les préposés aux entrevues étaient suivis par une équipe centralisée et dûment formée à cet effet, assurant ainsi la cohérence et l'exactitude de tous les travaux réalisés chez Decima. Le personnel dédié à la supervision et au suivi du projet effectuait continuellement l'évaluation des entrevues réalisées dans le cadre de ce projet. Notamment, et conformément à ses obligations à titre de membre de l'ARIM, Decima a procédé au hasard à la vérification d'au moins 10 % de toutes les réponses et des entrevues.

4.0.0.4. Distribution de l'échantillon

Il est attendu que l'échantillonnage final de 2 188 devrait procurer des résultats exacts à plus ou moins 2,1 pour cent dans 95 échantillons sur 100. La marge d'erreur de l'échantillonnage sera plus grande dans les sous-échantillons d'intervenants, tel qu'illustré au tableau ci-après.

Graphique 62 : Distribution de l'échantillon, par secteur de l'industrie

| Groupe d'intervenants | Échantillon | Marge d'erreur* |
|--|--------------|------------------|
| Instituts de recherche et de l'industrie | 1 060 | +/- 3,0 % |
| Praticiens traditionnels | 266 | +/- 6,0 % |
| Praticiens en médecine complémentaire et alternative (non à base de PSN) | 432 | +/- 4,7 % |
| Praticiens en médecine complémentaire et alternative (à base de PSN) | 410 | +/- 4,8 % |
| ONG et associations de réglementation provinciales | 96 | +/-10,1 % |
| Gouvernement fédéral, sociétés d'État, et l'organisation internationale | 61 | +/-12,7 % |
| Total | 2 188 | +/- 2,1 % |

*À un niveau de confiance de 95 %.



4.0.0.5. Disposition de l'échantillon

Au total, 13 607 numéros de téléphone ont été signalés dans le cadre de cette étude, à partir desquels 2 188 intervenants dûment jugés admissibles ont complété le sondage. Le taux de réponse de l'ensemble de l'échantillon est de 30 %. La disposition finale de toutes les communications est présentée dans le tableau ci-après, conformément aux normes de communication des résultats établis par l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing (ARIM).

Graphique 63 : Rapport de disposition de l'échantillon

| | |
|---|---------------|
| A. Nombre total de numéros signalés (Lignes 1-14) | 13 607 |
| 1. Pas de service | 747 |
| 2. Télécopieur | 231 |
| 3. Numéro invalide/mauvais numéro | 611 |
| B. Nombre total de numéros admissibles (Lignes 4-14) | 12 018 |
| 4. Occupé | 37 |
| 5. Répondeur | 1 627 |
| 6. Pas de réponse | 512 |
| 7. Contrainte linguistique | 170 |
| 8. Maladie, incapacité | 281 |
| 9. Répondant admissible non disponible/relance | 1 552 |
| C. Total de demandes (Lignes 10-14) | 7 839 |
| 10. Refus – maisonnée | 1 162 |
| 11. Refus – répondant | 2 912 |
| 12. Communication coupée par le répondant admissible | 203 |
| D. Communications coopératives (Lignes 13-14) | 3 562 |
| 13. Pas admissible | 1 374 |
| 14. Entrevue complétée | 2 188 |
| Taux de refus = (10+11+12)/C | 54,56 |
| Taux de réponse = D/B | 29,64 |
| Incidence = [(14+12)/(13+14+12)*100 | 63,51 |

