

Évaluation des besoins des membres et de leur position face à différents enjeux de l'OIQ

Rapport

Avril 2014

Projet Ipsos # 14-014459-01



Les points abordés

Contexte et objectifs	3
Méthodologie	4
<u>Ce qu'il faut retenir</u>	5
<u>Pistes d'actions</u>	6

1	La compréhension de la mission de l'OIQ	7
2	La perception du dialogue entre l'OIQ et ses membres	14
3	La valeur perçue du titre et l'avenir de la profession	19
4	Le positionnement public de l'OIQ	26
5	Focus sur les services proposés par l'OIQ	30

Annexe	40
--------	----





En 2014, l'Ordre des ingénieurs du Québec (OIQ) mandatait Ipsos Marketing pour réaliser une étude auprès de ses membres afin de les sonder sur différents points stratégiques.

L'évaluation de son positionnement public

La compréhension de sa mission

La perception du dialogue avec ses membres

Les besoins des membres concernant les services

La valeur perçue du titre

L'avenir et la relève de la profession



Méthode de collecte des données

Sondage Internet



Sélection des répondants

L'invitation a été envoyée aux 60 384 membres de l'OIQ (liste fournie par l'OIQ)



Taille de l'échantillon

10 579 répondants
(soit un taux de réponse de 18%)



Durée du questionnaire

20 minutes (en moyenne)



Collecte de données

28 mars au 09 avril 2014



Pondération

Une pondération a été appliquée aux résultats selon l'âge, le sexe, la région et le secteur d'activité de l'ensemble des membres

Ce qu'il faut retenir

Du côté de la relation avec les MEMBRES

Méconnaissance de l'Ordre et de ses services



Perception d'une cotisation chère
(peu de services connus)



Membre par obligation



Distance avec les membres
et perception d'un Ordre qui se soucie
peu de ses membres et de leurs besoins

Du côté de la relation avec le PUBLIC

Une mission tournée vers le public par nature

Un certain manque de prise de parole publique



Un sentiment de dévalorisation de la profession auprès du public depuis la Commission Charbonneau



Perception d'un Ordre qui ne met pas assez en avant la profession

Perception d'un manque de soutien

MAIS

Un titre largement valorisant

Un fort potentiel d'amélioration

Une volonté d'aider l'OIQ à s'améliorer

Pistes d'actions

1

Reconnecter et intensifier le dialogue avec les membres pour démontrer la volonté de l'OIQ de se rapprocher des ingénieurs.

- Mettre l'emphasis sur **les services** offerts pour **augmenter leur notoriété** et **ainsi tenter d'améliorer le rapport qualité/prix** de la cotisation.*
- **Favoriser** les opportunités de **dialogue** pour qu'ils se sentent **compris** et **soutenus**, via :
 - La mise en place de **sondages**
 - Le développement d'une **plateforme Intranet**
 - La **personnalisation des communications** selon le domaine des membres

2

Rehausser l'image des ingénieurs auprès du public afin que cette image positive rejaillisse sur les membres.

- Communiquer par exemple sur :
 - La mise en valeur des **grandes réalisations** du génie au Québec
 - La gestion des **infrastructures**
 - La qualité de la **formation**
 - La protection de **l'environnement**
 - Le développement **scientifique et technologique**
 - La gestion des **risques**

3

Investir dans la relève pour instaurer au plus tôt une relation positive.

- Pour ce faire :
 - Être encore plus **présent au sein des universités** pour favoriser les contacts tôt dans la formation
 - Accompagner les nouveaux membres en faisant la promotion du **système de parrainage** et inciter son utilisation

1

La compréhension de la mission de l'OIQ



La **protection du grand public bien reconnue** comme mission première de l'OIQ, mais des ingénieurs **distants** de leur Ordre

- La **protection du grand public** apparaît, sans surprise, comme étant l'élément **central** de la mission de l'OIQ selon ses membres.
- Selon notre expérience, les ordres professionnels connaissent souvent des difficultés pour cultiver une proximité avec leurs membres. Cependant, ce sentiment **d'éloignement et cette méconnaissance** semblent encore plus présents auprès des adhérents de l'OIQ.
 - Une majorité de membres se sent peu informée par l'OIQ, que ce soit de manière générale ou concernant les services offerts.
- Cette distance accrue pourrait être liée :
 - Non seulement à la mission même de l'OIQ, plus tournée vers le public par nature,
 - Mais aussi aux motivations premières des répondants à devenir membre. C'est davantage par un **sentiment d'obligation** qu'ils ont adhéré à l'Ordre (71% la classe dans le top 3), que pour être représenté collectivement. Cependant, une certaine **crédibilité du titre et de la formation** semble se dégager (50% la classe dans le top 3).
- Enfin, le **niveau de confiance des membres à l'égard de l'OIQ est segmenté**.
 - 46% déclarent avoir confiance, versus 54% moins confiance en l'OIQ.

Perception de la mission de l'OIQ – Spontané

Parmi un extrait de l'échantillon total des membres (n=500)

1,2 mentions
en moyenne

Protéger le public	67%
Encadrer la profession/ la pratique du génie	12%
Représenter les ingénieurs	10%
Promouvoir l'éthique/ l'intégrité de la profession	7%
S'assurer de la compétence de ses membres	7%
Promouvoir la profession	5%
Aider les ingénieurs dans leur développement/ formation, support aux membres	4%
Assurer le respect du code de déontologie par ses membres	4%
Développer la profession	3%
Ne sais pas	5%

Seules les mentions ayant obtenu un score de 3% et plus sont présentées.

Évaluation générale de l'OIQ

Parmi l'échantillon total des membres (n=10 579)

En accord
(7-10/10)

Sert à protéger le public



67%

Informe suffisamment ses membres quant aux services proposés



47%

Que les membres connaissent bien



40%

Fournit de l'aide et de l'information aux membres



40%

Permet d'accéder à de nombreux privilèges



29%

Représente et défend bien les intérêts de ses membres



27%

Montréal : 46%

55 ans et plus : 32%

Permet de rencontrer des collègues et des confrères



25%

Propose un bon rapport cotisation/bénéfices



19%

Dont les membres se sentent proches



13%

55 ans et plus : 17%
Membre depuis moins de 3 ans : 16%

Montréal : 56%

■ Peu en accord (1 à 3) ■ 4 à 6 ■ 7 à 8 ■ Très en accord (9 à 10)

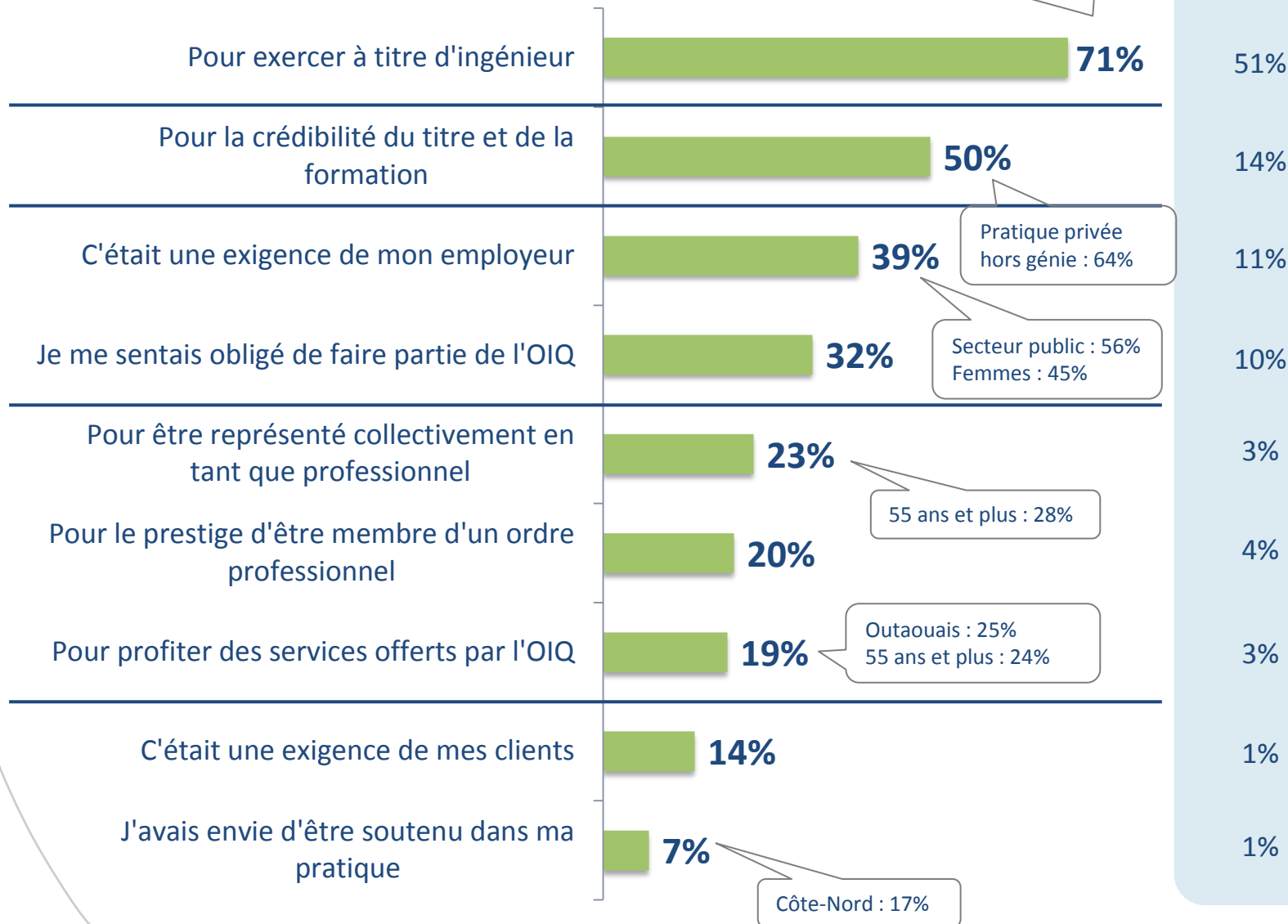
Q14. Vous allez lire maintenant plusieurs énoncés concernant l'Ordre des ingénieurs du Québec. Veuillez indiquer votre niveau d'accord avec chacun de ceux-ci.

Les raisons d'appartenance à l'OIQ

Parmi l'échantillon total des membres (n=10 579)

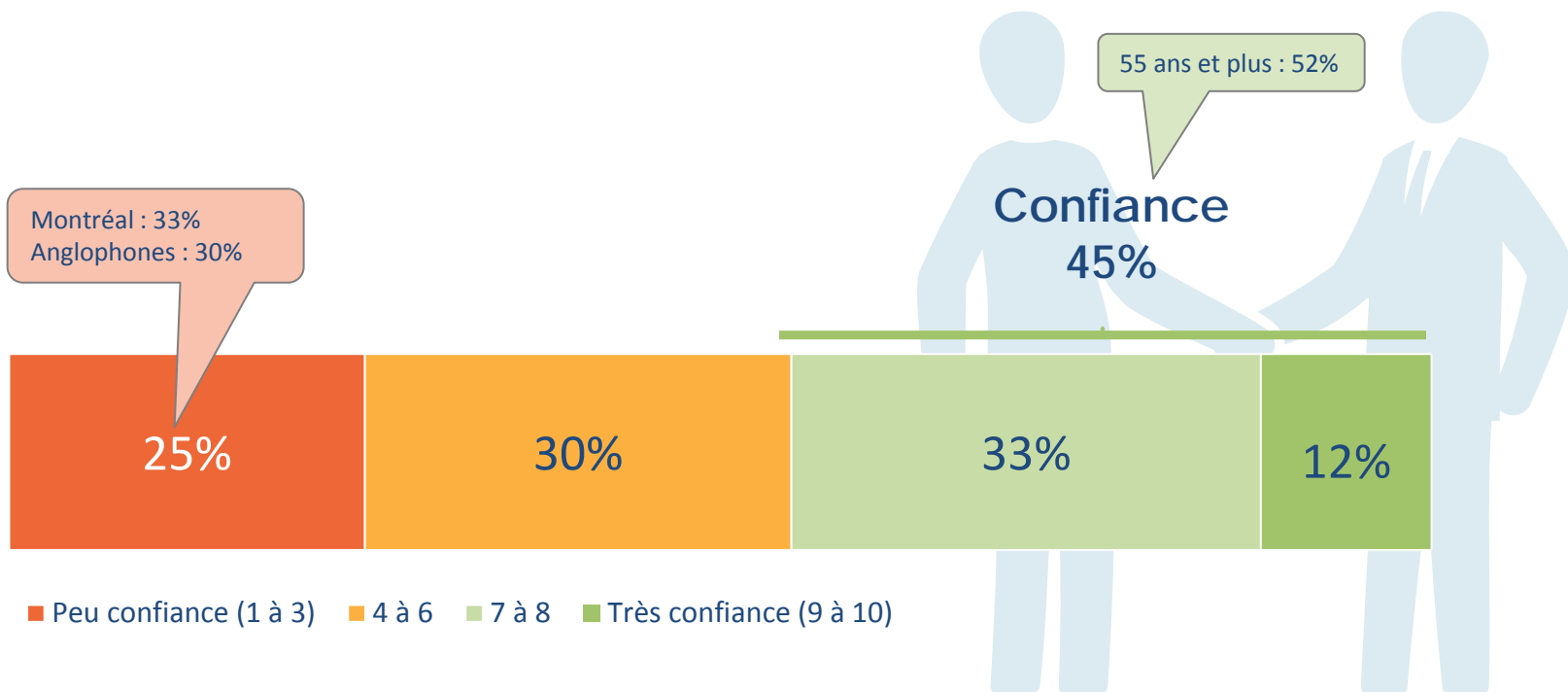
Abitibi-Témiscamingue : 90%
Pratique privée (génie-conseil) : 89%
Membre depuis moins de 3 ans : 77%

Choisi en
numéro 1



Niveau de confiance à l'égard de l'OIQ

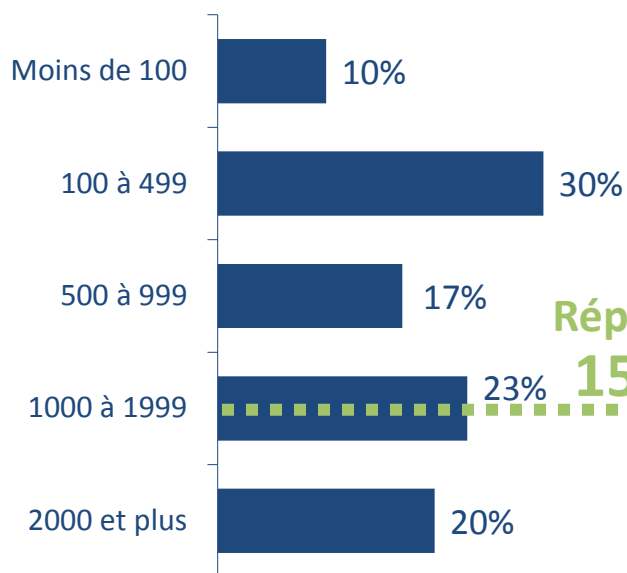
Parmi l'échantillon total des membres (n=10 579)



Évaluation des réalisations de l'OIQ

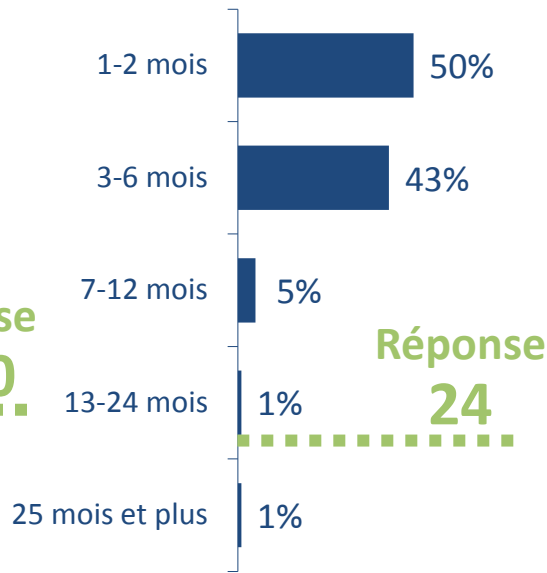
Parmi l'échantillon total des membres (n=10 579)

Inspections professionnelles (nombre sur une année)



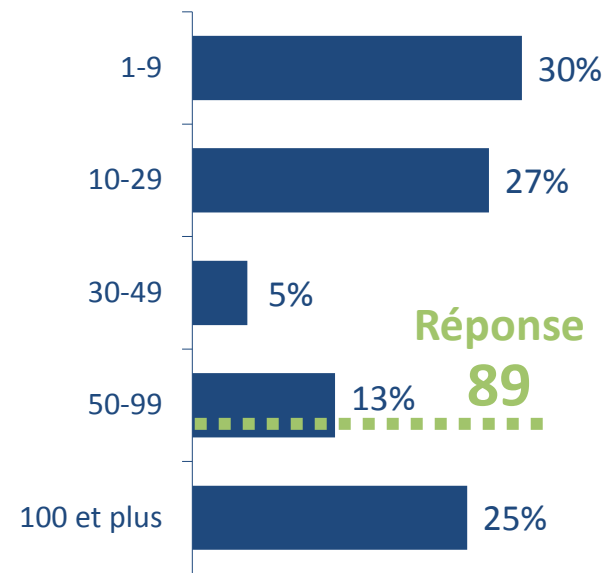
Réponse
1500

Durée d'une enquête (en mois)



Réponse
24

Enquêtes fermées (nombre en 2013)



Réponse
89

Moyenne :

1143
inspections par
années

3,4 mois

60
enquêtes
fermées

Q11. Au cours d'une année, combien d'inspections professionnelles devraient être menées afin que l'Ordre des ingénieurs du Québec remplisse son mandat de manière satisfaisante?

Q12. En combien de temps une enquête devrait être menée par le Bureau du syndic afin que l'Ordre des ingénieurs du Québec remplisse son mandat de manière satisfaisante?

Q13. En matière de pratique illégale, combien y a-t-il eu d'enquêtes fermées par l'Ordre des ingénieurs du Québec en 2013?

2

La perception du dialogue entre l'OIQ et ses membres



Peu de proximité entre l'OIQ et ses membres... ...mais **une belle marge de manœuvre** se dessine pour contrer cette tendance

- Malgré la distance perçue entre l'Ordre et ses membres, **un fort potentiel** se dégage **pour améliorer la situation**.
- En effet, les ingénieurs déclarent, massivement, qu'il est **important** que **l'OIQ soit proche de ses membres** (90%) et 55% estiment qu'ils seraient **potentiellement plus impliqués** dans l'Ordre si ce dernier améliorait ses services et sa communication (les jeunes se démarquant encore plus).
- Les leviers d'action pour accroître la proximité de l'OIQ et des ingénieurs passeraient par **l'écoute et le dialogue** :
 - Écouter les membres via des sondages est de loin l'action à mettre en place en priorité,
 - Améliorer les communications en les personnalisant, afin de cibler au plus près les besoins des ingénieurs (62%) et en instaurant un dialogue à l'aide d'une plateforme intranet (48%),
 - Les dimensions liées au réseautage sont plus en retrait et ne semblent pas être centrales pour les ingénieurs.

Importance de la proximité entre l'OIQ et ses membres

Parmi l'échantillon total des membres (n=10 579)

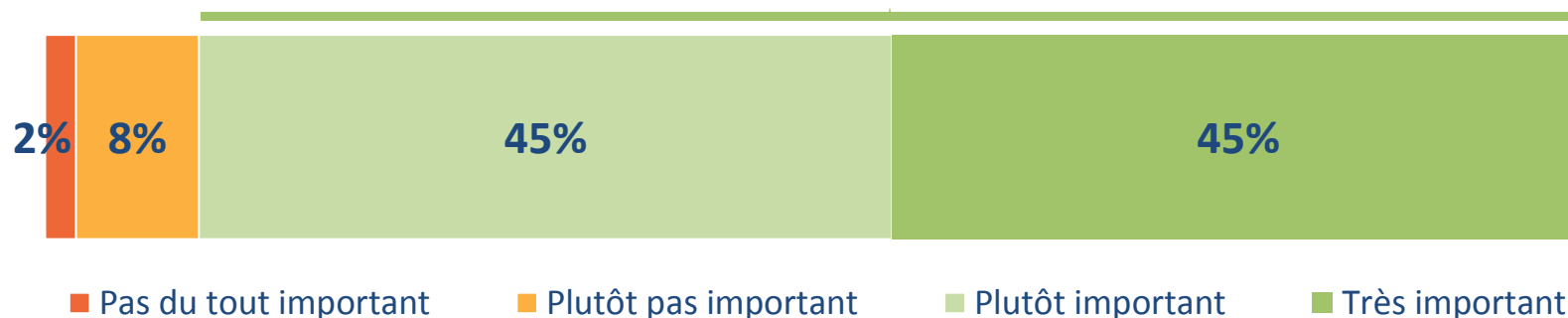
Côte-Nord : 97%
Abitibi-Témiscamingue : 96%

Important
90%

RAPPEL Q14
Est un organisme
dont les membres
se sentent proches

13%

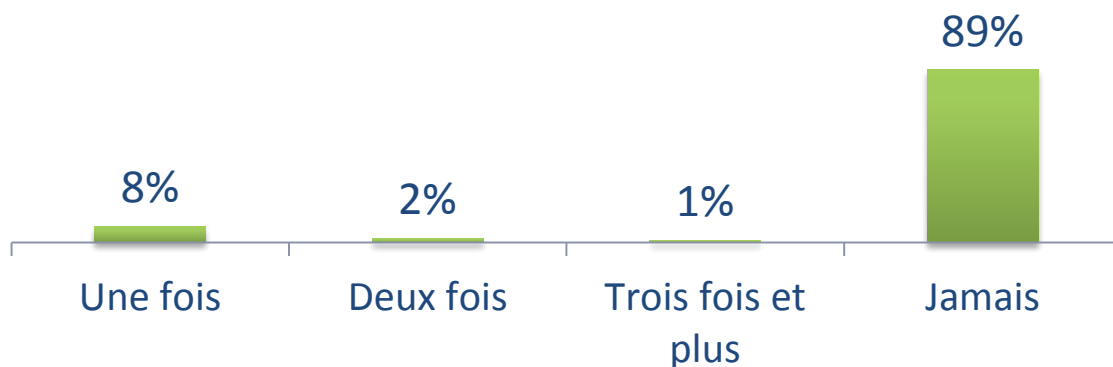
Sont en accord
(notes de 7-10/10)



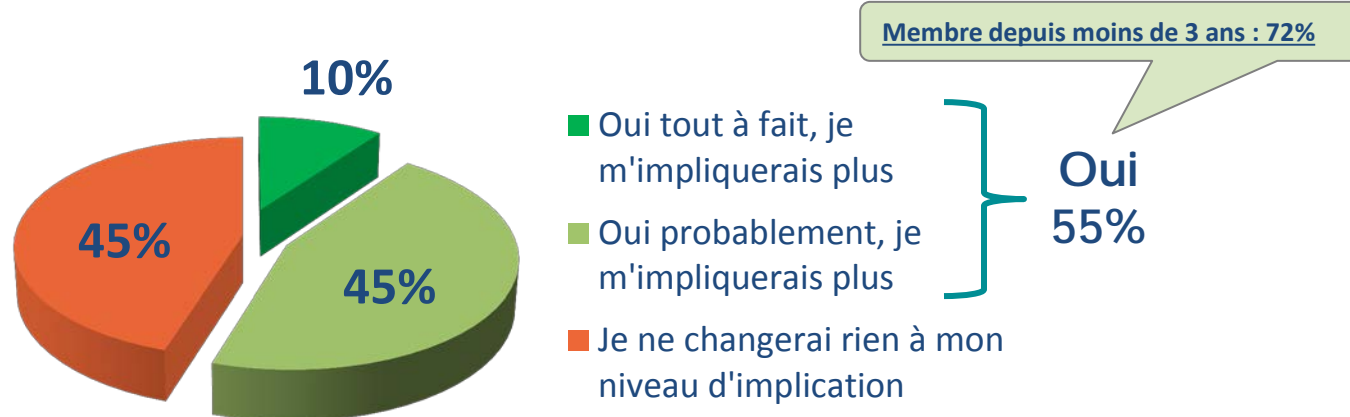
Niveau actuel et potentiel d'implication des membres

Parmi l'échantillon total des membres (n=10 579)

Implication actuelle – participation aux assemblées générales



Implication potentielle – si amélioration des services et de la communication



Q24. Avez-vous participé aux assemblées générales annuelles au cours des cinq dernières années?

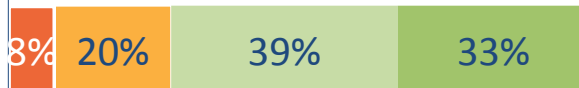
Q23. Si l'Ordre des ingénieurs du Québec améliorait ses services et sa communication pour être encore plus proche de vos besoins, pensez-vous que cela aurait un impact sur votre implication dans l'Ordre?

Les leviers d'action pour accroître l'interaction entre l'OIQ et ses membres

Parmi l'échantillon total des membres (n=10 579)

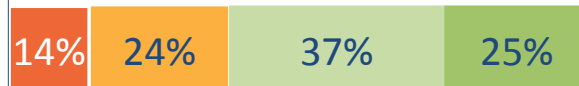
Intéressant
(7-10/10)

Sonder les membres sur plusieurs enjeux d'importances



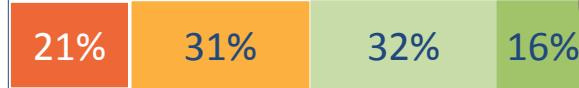
72%

Personnalisation des communications selon mon secteur d'activités



62%

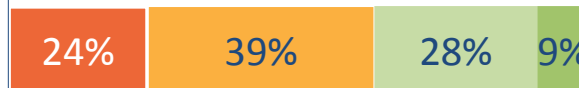
Création d'une plateforme intranet permettant de dialoguer avec l'OIQ



48%

Membre depuis - de 3 ans : 71%
Femmes : 66%

Développement de tables rondes



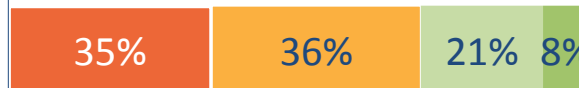
37%

Présence accrue dans les réseaux sociaux



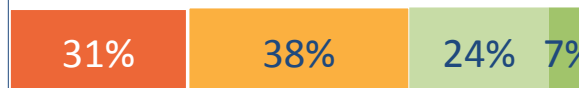
32%

Création d'un blogue



29%

Mise en place de soirées événementielles



31%

■ Peu intéressant (1 à 3) ■ 4 à 6 ■ 7 à 8 ■ Très intéressant (9 à 10)

3

La valeur perçue du titre et l'avenir de la profession

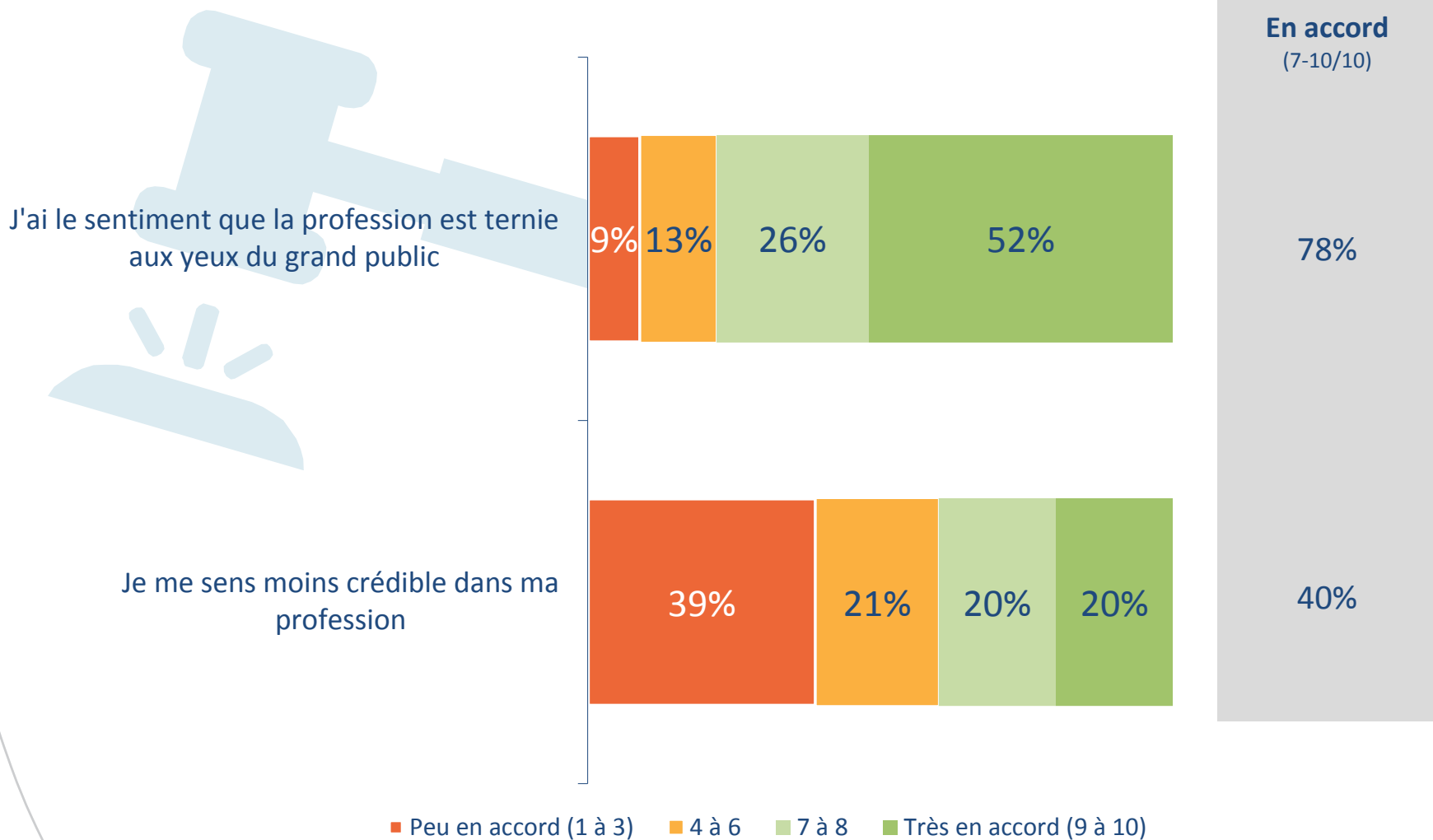


Un titre **personnellement valorisant**, mais **terni aux yeux du grand public** (selon les membres)

- Une **profession qui paraît ternie** par la Commission Charbonneau, mais qui semble, pour une majorité, **peu impacter la crédibilité personnelle** des membres.
- Malgré cette mauvaise presse, le titre constitue **une forte source de fierté** et de **valorisation** pour les ingénieurs (72% - notes 7 à 10), faisant écho aux raisons de souscription à l'Ordre (pour la crédibilité du titre et de la formation, 50% la classe dans le top 3).
- La fierté d'être ingénieur s'exprime, entre autre, par une belle volonté d'encourager les jeunes à devenir ingénieur (88%).
- Sans surprise, le titre est, une fois de plus, lié à un sentiment **d'obligation** (est exigé dans mon secteur d'activité 59% - notes 7 à 10).
- Trois leviers d'action se détachent afin de mettre en valeur la profession :
 - Mettre en valeur les grandes réalisations du génie au Québec,
 - Faire de la prévention et de la déontologie auprès des ingénieurs,
 - Favoriser le contact avec les étudiants.

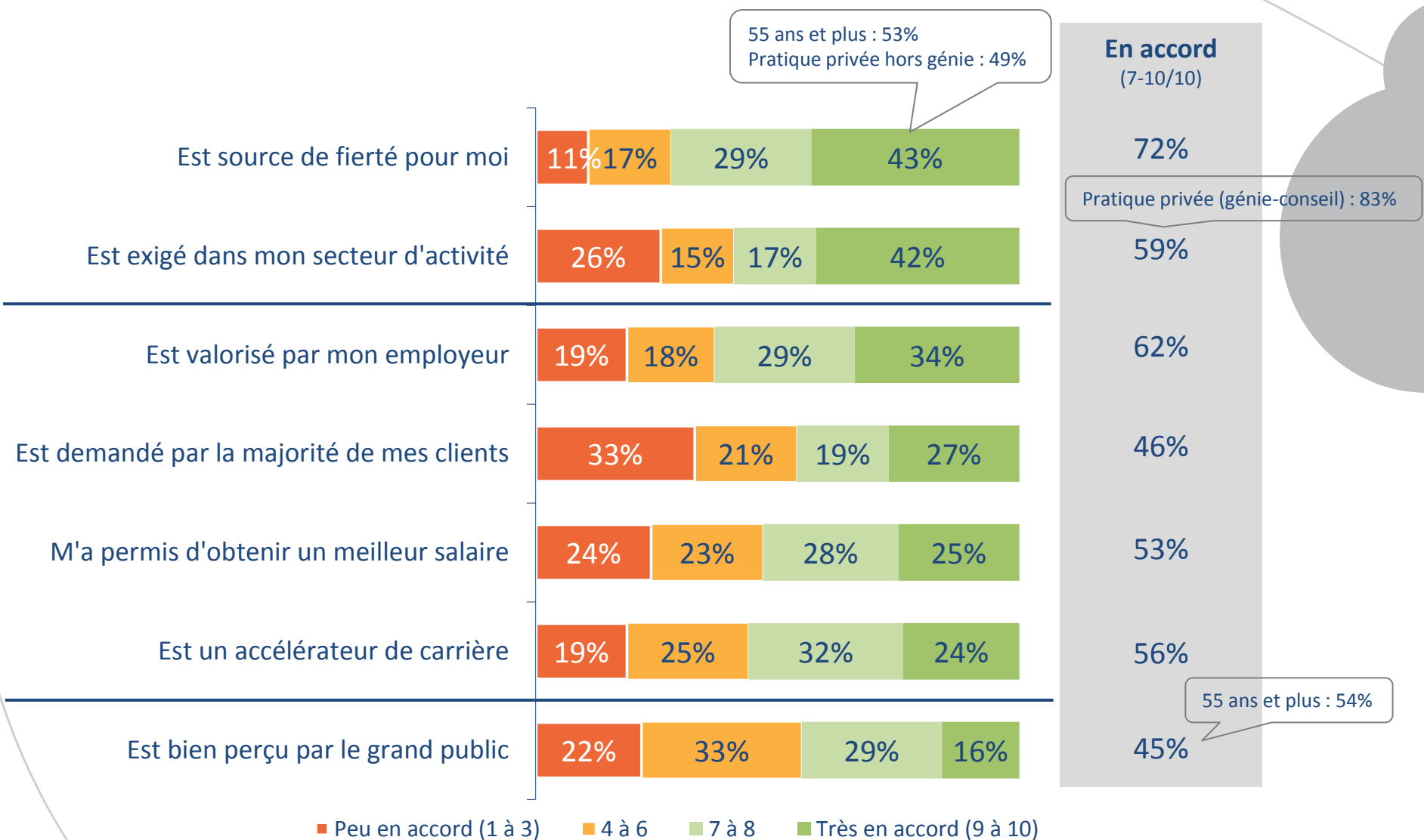
Impact de la Commission Charbonneau sur l'image de la profession

Parmi l'échantillon total des membres (n=10 579)



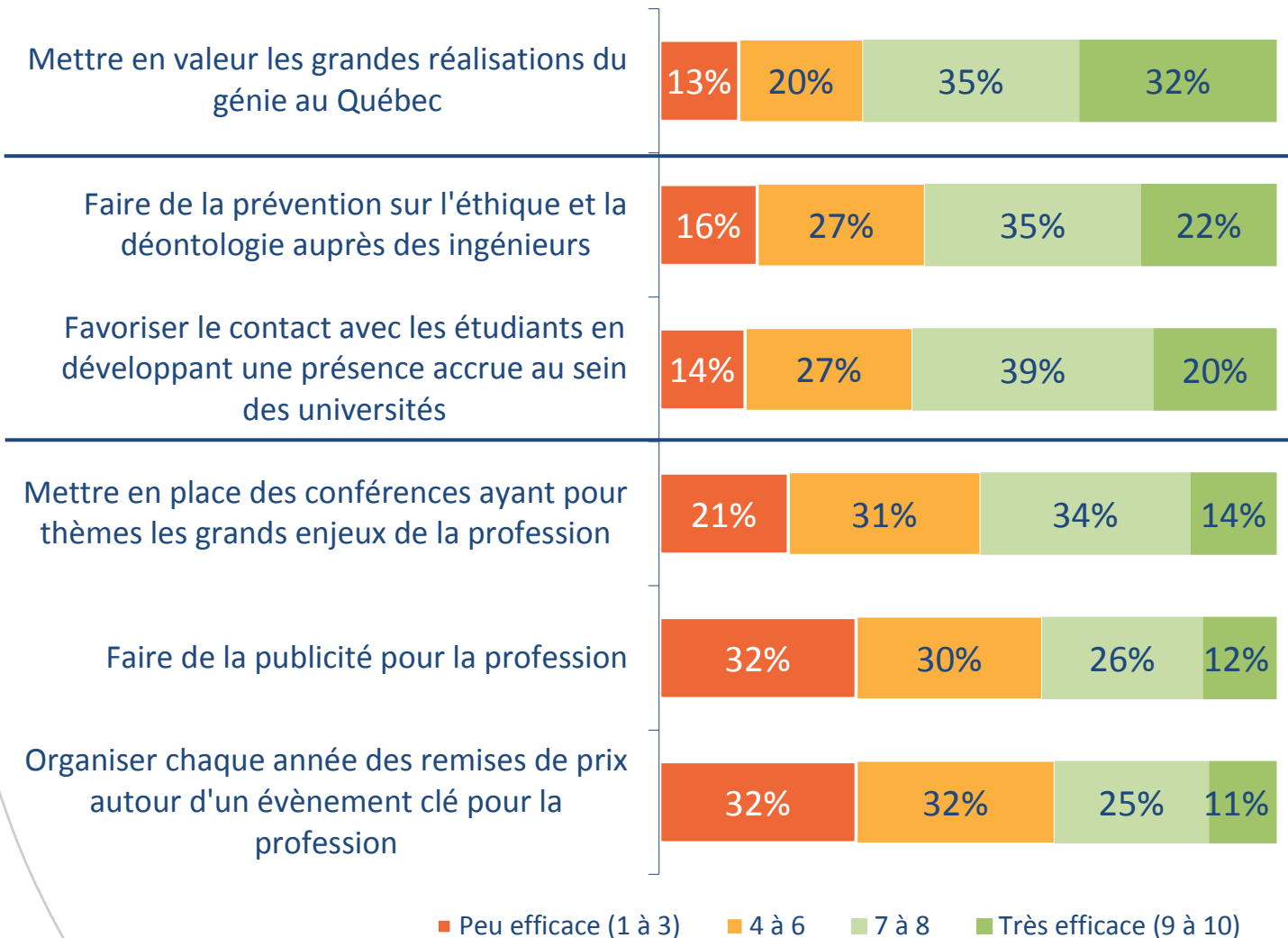
La valeur perçue du titre

Parmi l'échantillon total des membres, sans les NSP (les « n » varient entre 9 043 et 10 486)



Les leviers d'action pour valoriser la profession

Parmi l'échantillon total des membres (n=10 579)



En accord
(7-10/10)

67%

Femmes : 70%

57%

59%

48%

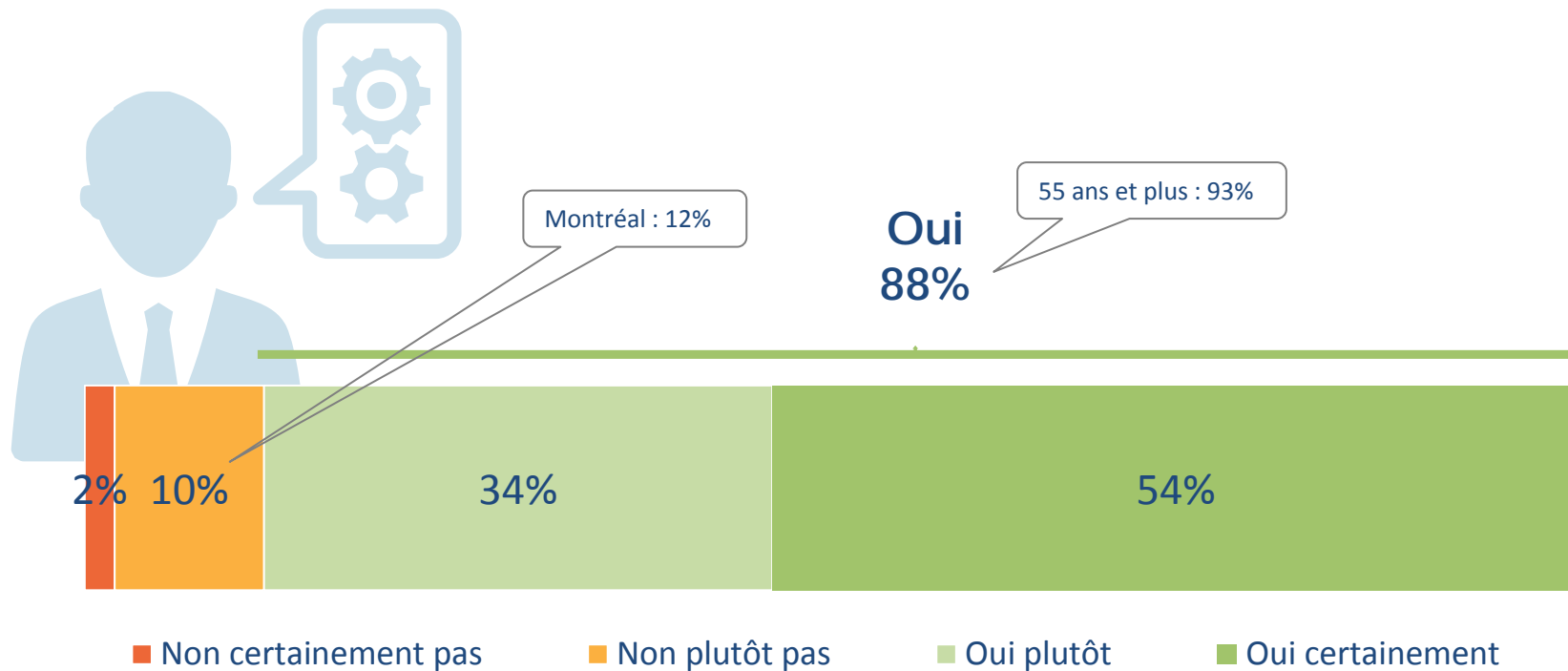
38%

36%

Les 55 ans et plus sont davantage optimistes sur l'efficacité de l'ensemble des leviers d'action présentés

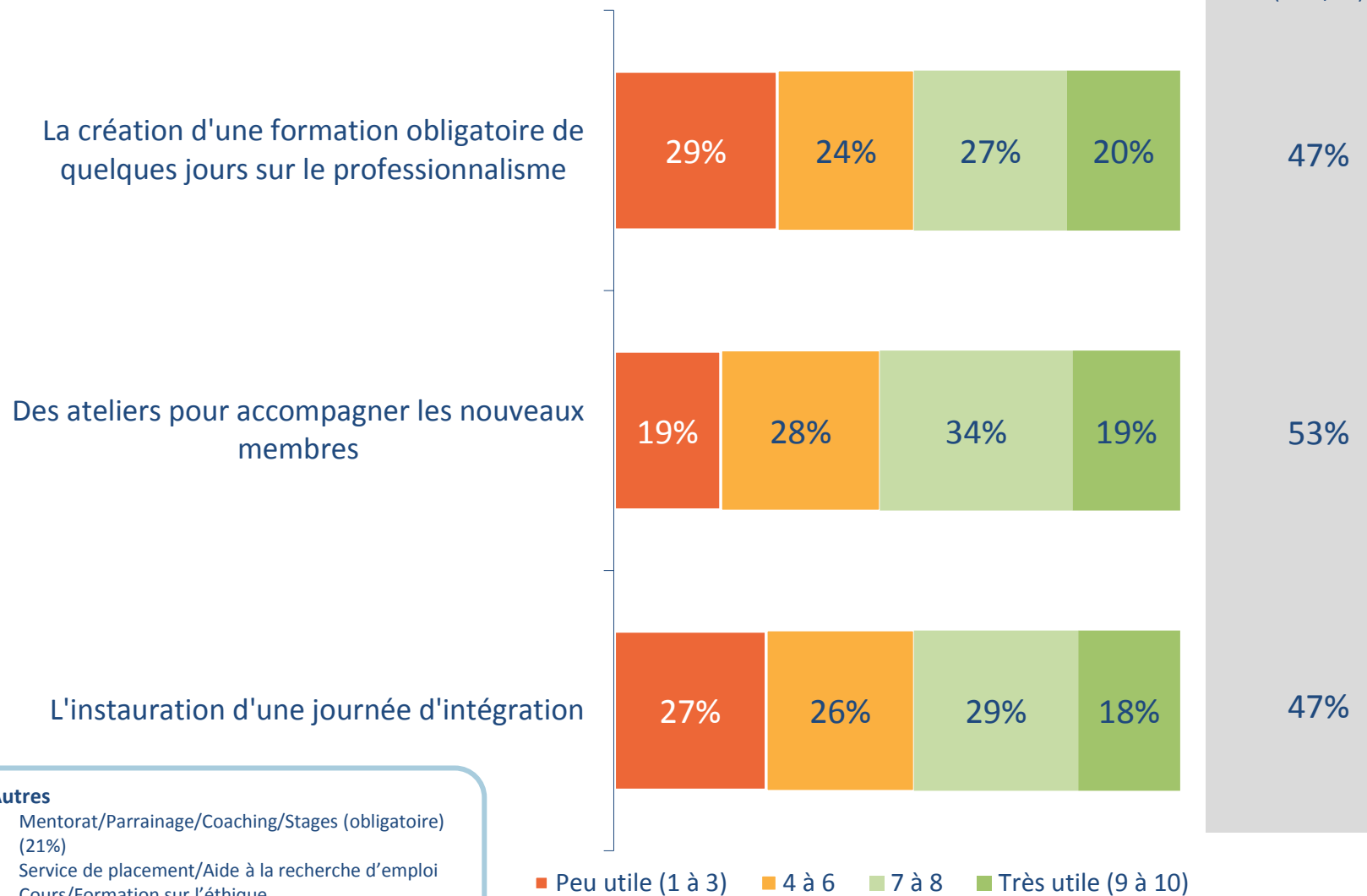
Inciter un jeune à devenir ingénieur?

Parmi l'échantillon total des membres (n=10 579)



Les leviers d'action utiles pour les finissants

Parmi l'échantillon total des membres (n=10 579)



Q27. D'après votre expérience, à quel point les différents gestes suivants pouvant être initiés par l'Ordre des ingénieurs du Québec, seraient utiles à un finissant du bac en génie?

4

Le positionnement public de l'OIQ

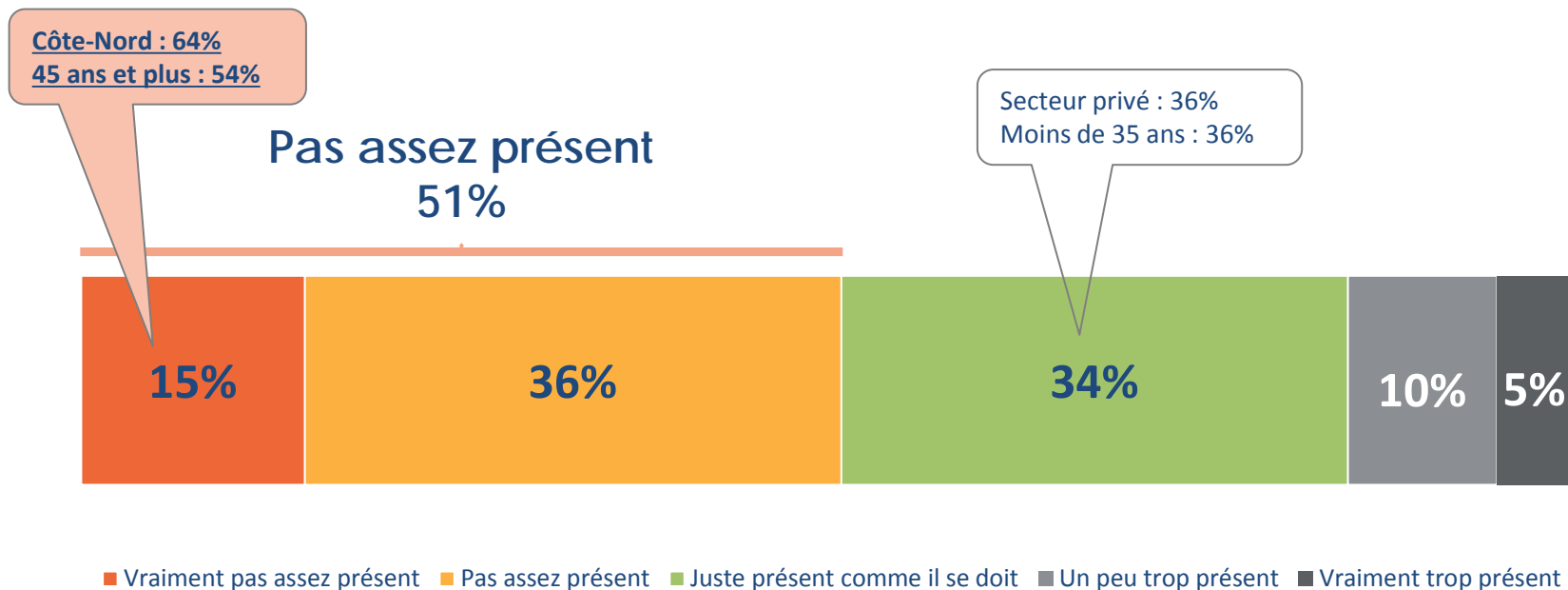


Un Ordre jugé trop en retrait sur la scène publique

- Si 34% des membres trouvent que l'OIQ est bien présent lors des débats publics, la majorité (51%) le perçoit comme trop en retrait.
- Selon les membres, de nombreux sujets pourraient être abordés par l'Ordre lors de débats publics. Notamment, la gestion des infrastructures, la qualité de la formation, la protection de l'environnement, le développement scientifique et technologique, la gestion des risques et la relève sont autant de thèmes porteurs et bien accueillis par les ingénieurs.

Présence de l'OIQ dans les débats publics

Parmi l'échantillon total des membres (n=10 579)



Les thématiques à mettre en avant lors de débats publics

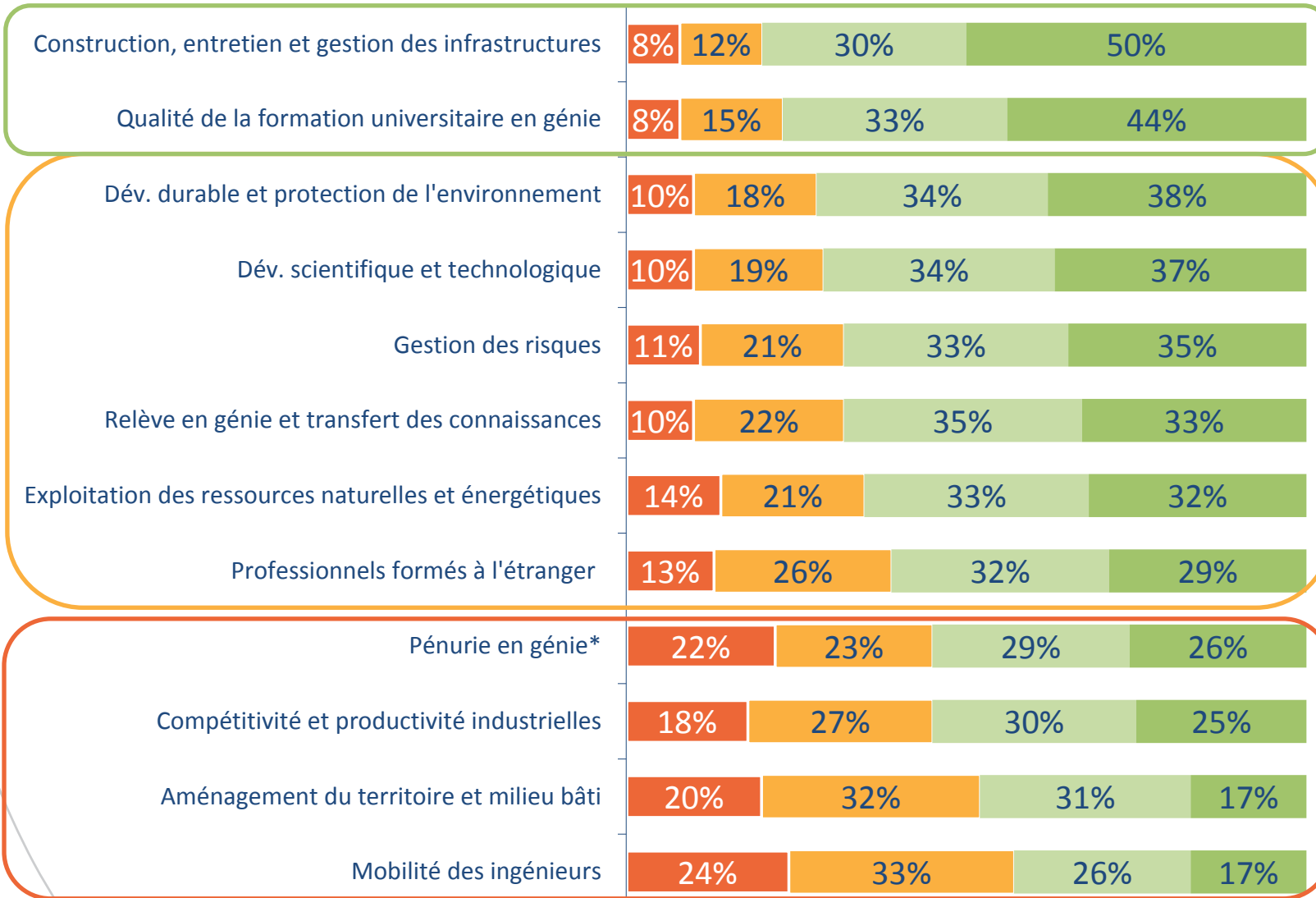
Parmi l'échantillon total des membres (n=10 579)

Important
(7-10/10)

Les essentielles

Les importantes

Les accessoires



* Ce choix de réponse n'était pas obligatoire (n=2 842)

■ Peu important (1 à 3) ■ 4 à 6 ■ 7 à 8 ■ Très important (9 à 10)

Q7. Selon vous, à quel point est-il important que l'Ordre des ingénieurs du Québec prenne la parole sur la place publique sur les différents sujets décrits ci-dessous?

5

Focus sur les services proposés par l'OIQ

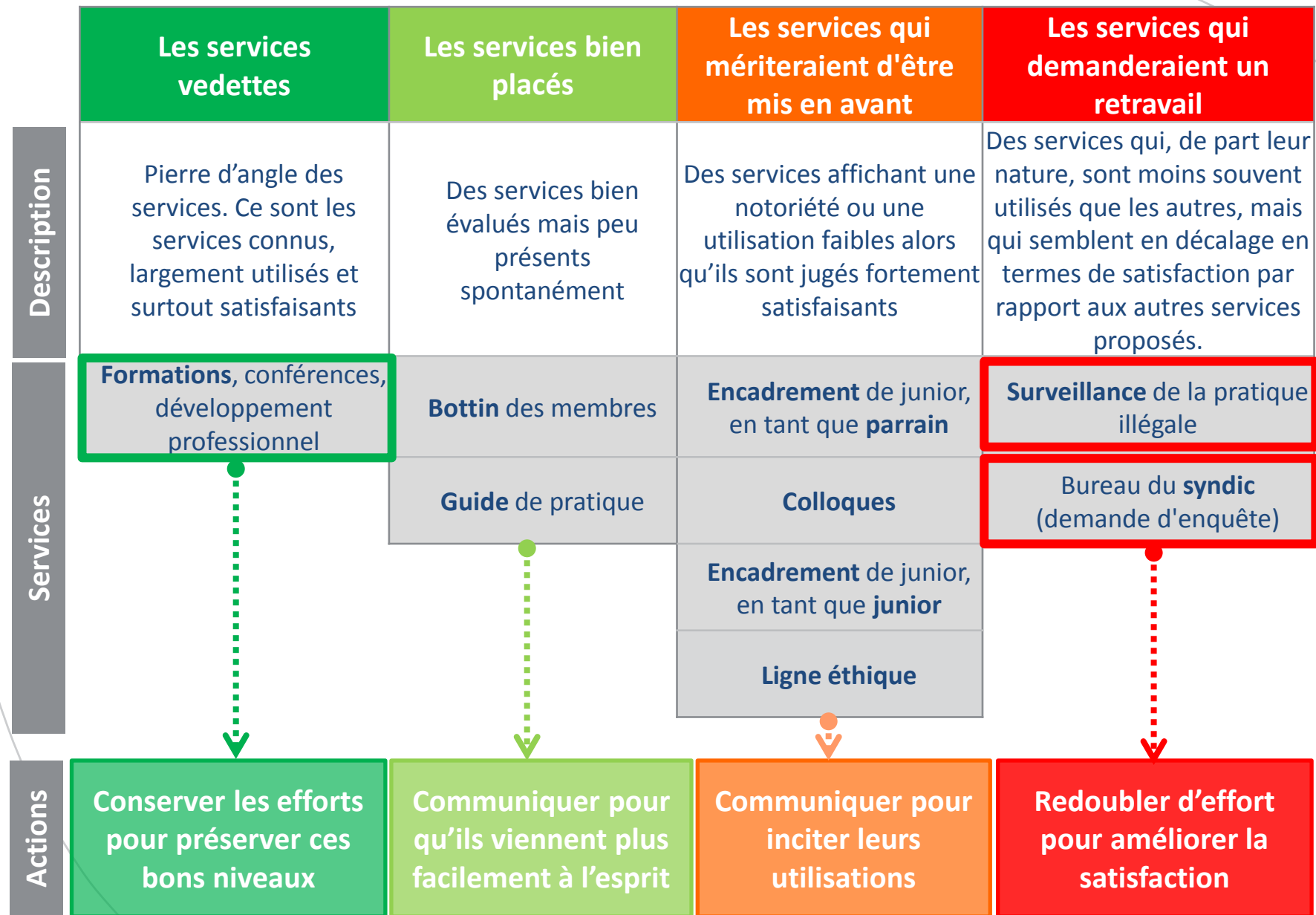


Des services globalement **satisfaisants**, mais affichant une faible notoriété spontanée

En analysant les services de manière comparative, sur les axes de notoriété, d'utilisation et de satisfaction, il apparaît 4 groupes distincts :

- **Les vedettes,**
- **Les bien placés,**
- **Les services qui mériteraient d'être mis en avant,**
- **Les services qui demanderaient un retravail.** Parmi cette catégorie, la « **Surveillance de la pratique illégale** » et le « **Bureau du syndic** » sont les deux services les moins satisfaisants. Il semblerait opportun d'intensifier les efforts afin de tenter d'améliorer leur appréciation.

Tableaux de bord des services



	NOTORIÉTÉ SPONTANÉE	NOTORIÉTÉ ASSISTÉE	UTILISATION	SATISFACTION (notes 7 à 10/10)
--	------------------------	-----------------------	-------------	-----------------------------------

Les services vedettes

Formations , conférences, dévelop. prof.	33%	97%	48%	66%
---	-----	-----	-----	-----

Les services bien placés

Bottin des membres	7%	96%	66%	78%
Guide de pratique	4%	92%	59%	71%

Les services qui mériteraient d'être mis en avant

Encadrement de junior, en tant que parrain	3%	94%	31%	70%
Colloques	9%	94%	21%	68%
Encadrement de junior, en tant que junior	0%	88%	38%	64%
Ligne éthique	4%	76%	10%	66%

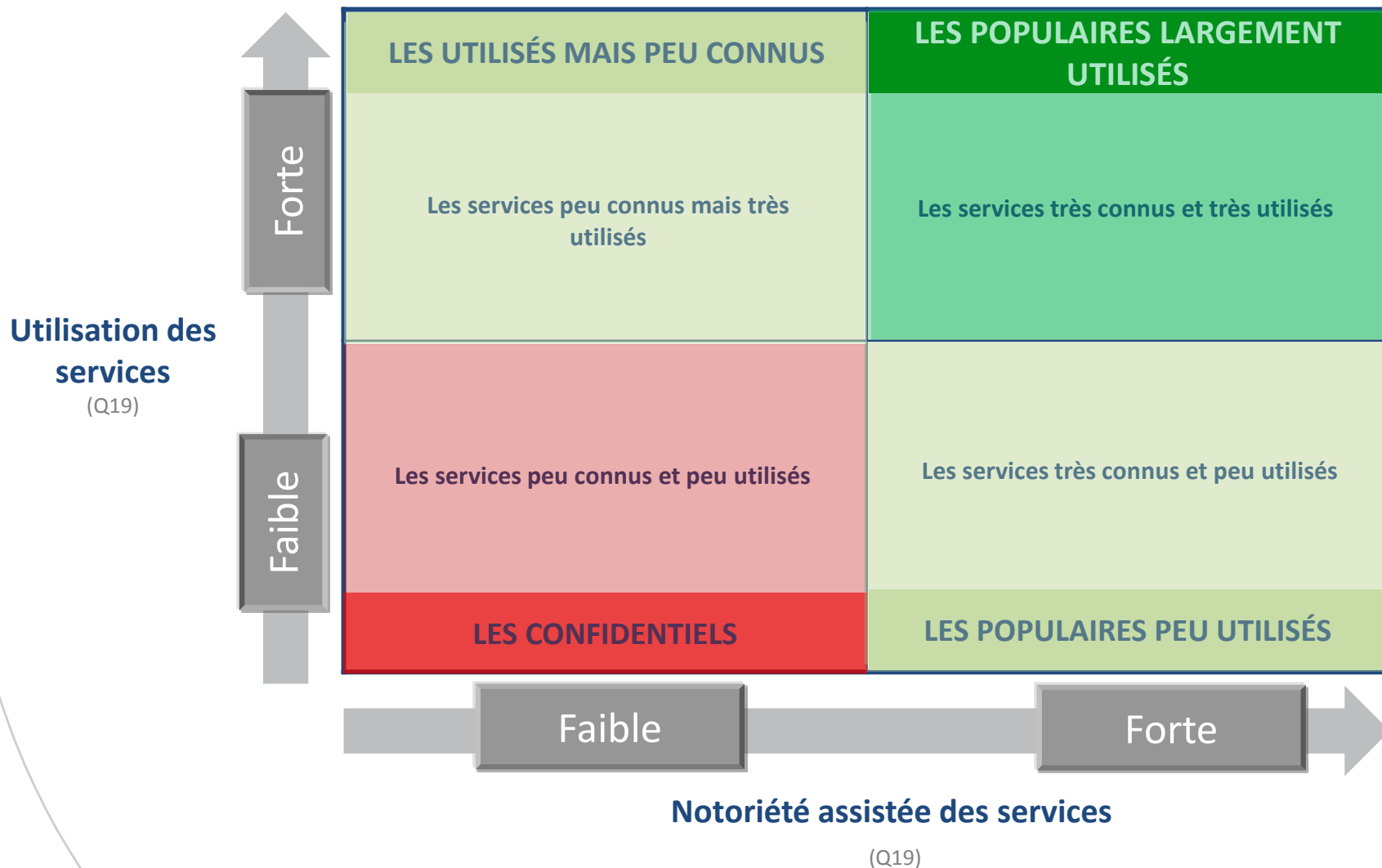
Les services naturellement moins utilisés mais déceptifs

Surveillance de la pratique illégale	0%	91%	6%	44%
Bureau du syndic (demande d'enquête)	4%	94%	4%	36%

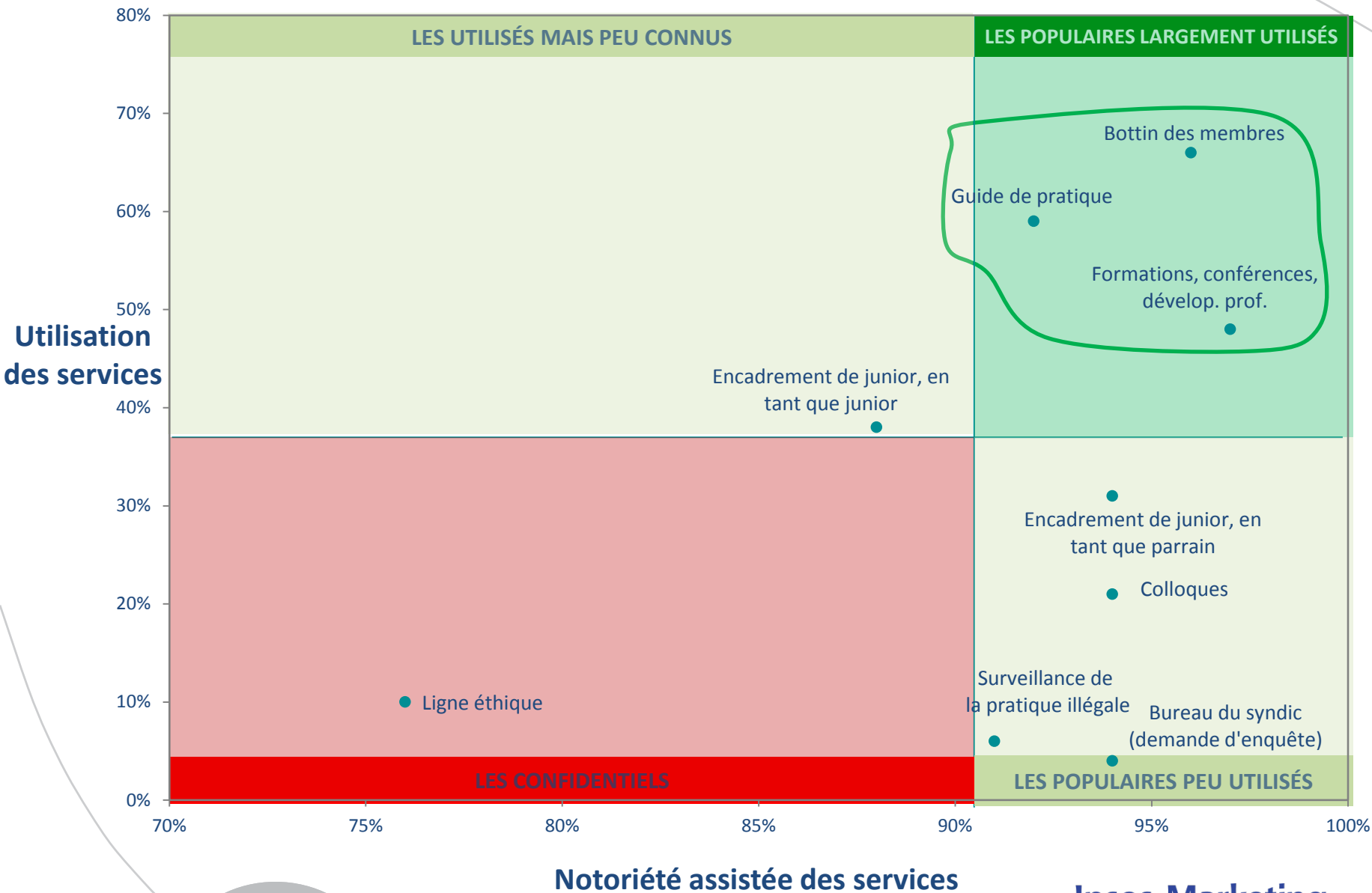
Les autres services cités spontanément

Assurance/ assurance collective	15%
Services financiers/ fonds communs de placements/ Fonds Férique	11%
Placement/ recherche d'emploi	10%
Rabais corporatifs	10%

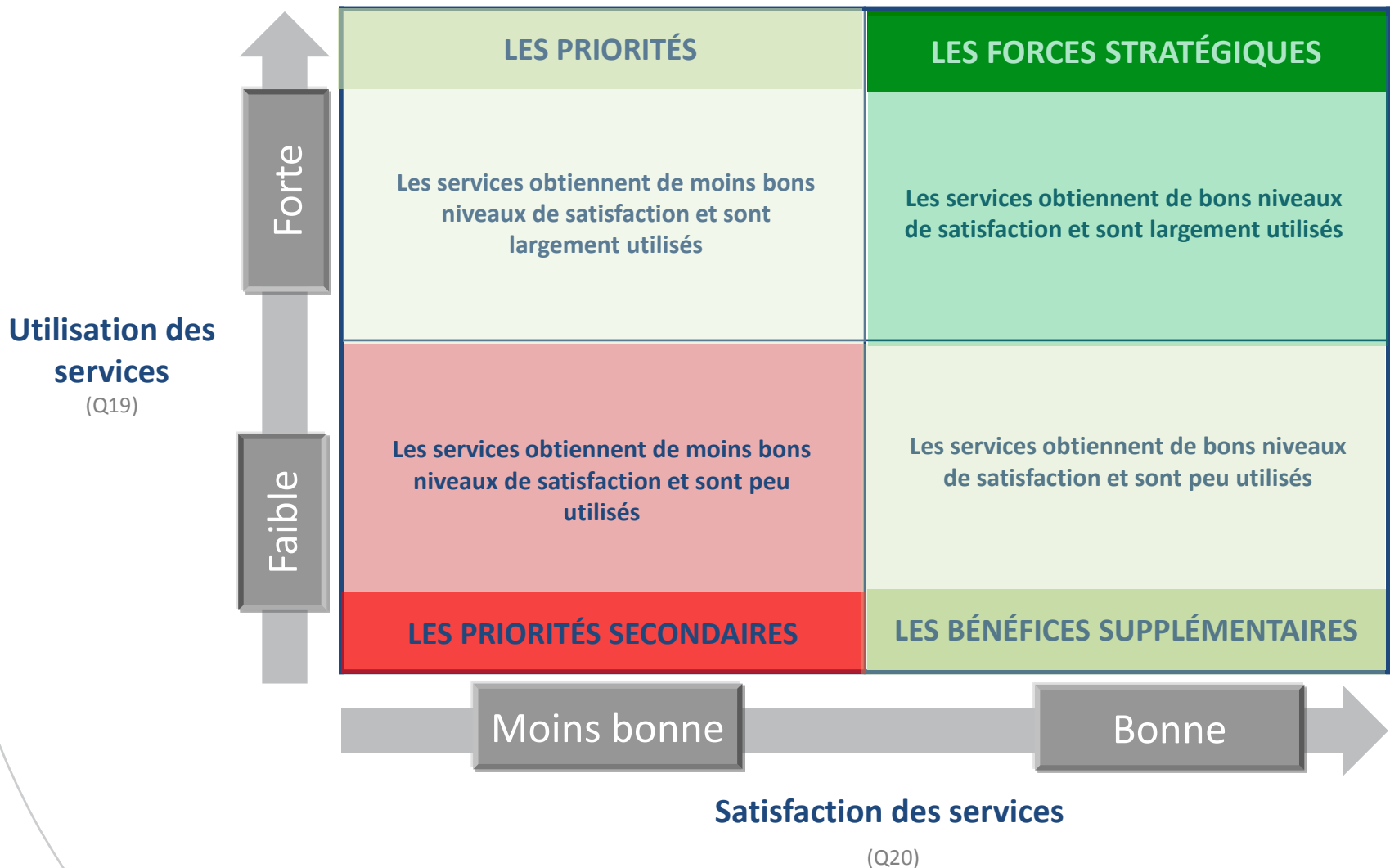
Matrice utilisation/notoriété - Explication



Matrice utilisation/notoriété - Détails

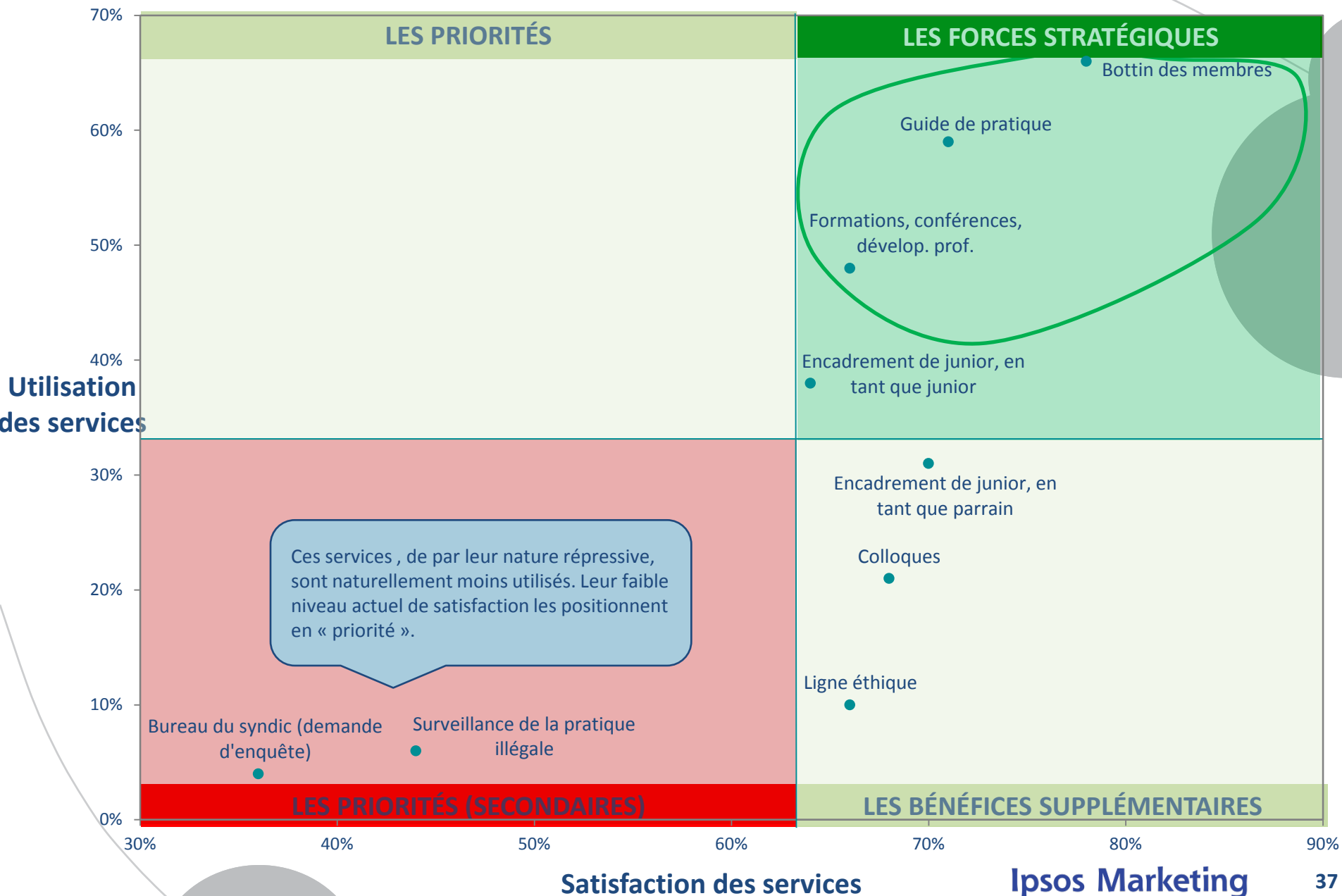


Matrice utilisation/satisfaction- Explication



Matrice utilisation/satisfaction- Détails

Parmi les utilisateurs du service (les « n » varient entre 223 et 6 971)



Potentiel de développement de nouveaux services

Parmi l'échantillon total des membres (n=10 579)

Membre depuis moins de 3 ans : 61%
Pratique privée (génie-conseil) : 57%
Femmes : 55%

Les essentiels

Offrir un accès à de la documentation

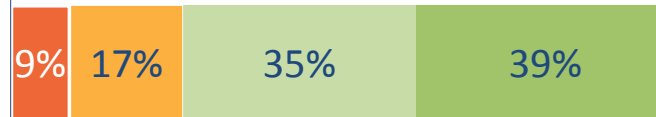


Intéressant
(7-10/10)

79%

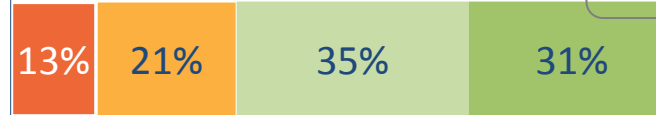
Les importants

Offrir un service juridique



74%

Se positionner sur les grands enjeux sociaux
reliés à la profession

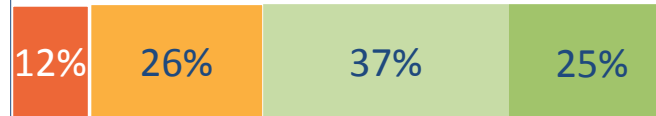


66%

Membre depuis moins de 3 ans : 80%
Femmes : 77%

Les accessoires

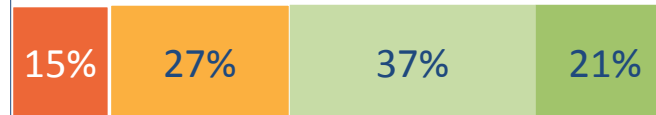
Offrir un soutien accru aux membres par
rapport à l'éthique



62%

55 ans et plus : 67%

Donner des informations sur les membres sur
demande

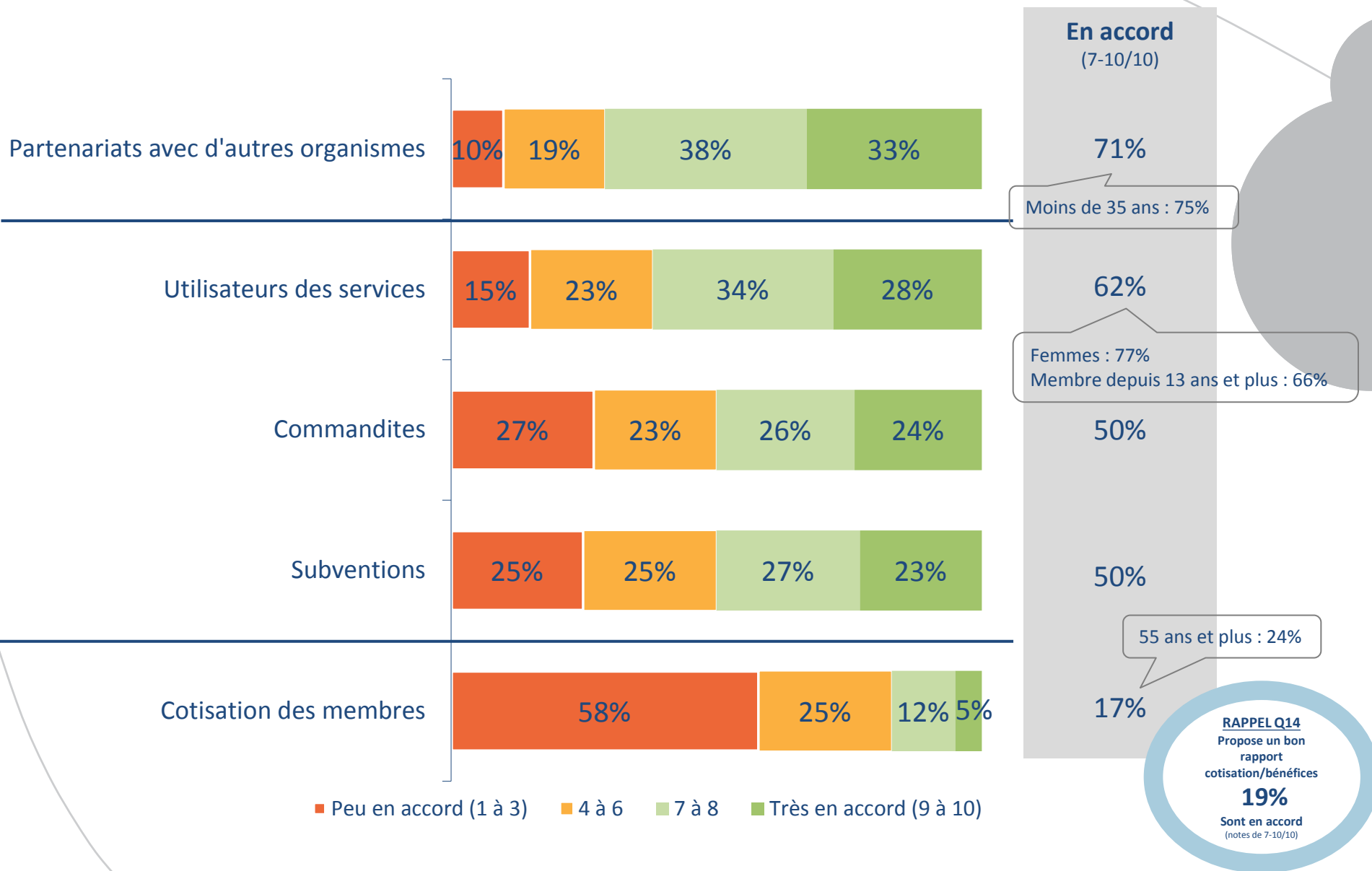


58%

■ Peu intéressant (1 à 3) ■ 4 à 6 ■ 7 à 8 ■ Très intéressant (9 à 10)

Piste de financement pour le développement de nouveaux services

Parmi l'échantillon total des membres (n=10 579)



Q22. D'après vous, comment l'Ordre des ingénieurs du Québec pourrait financer de nouveaux services pour ses membres? Veuillez indiquer votre degré d'accord à l'égard de chacun d'eux.

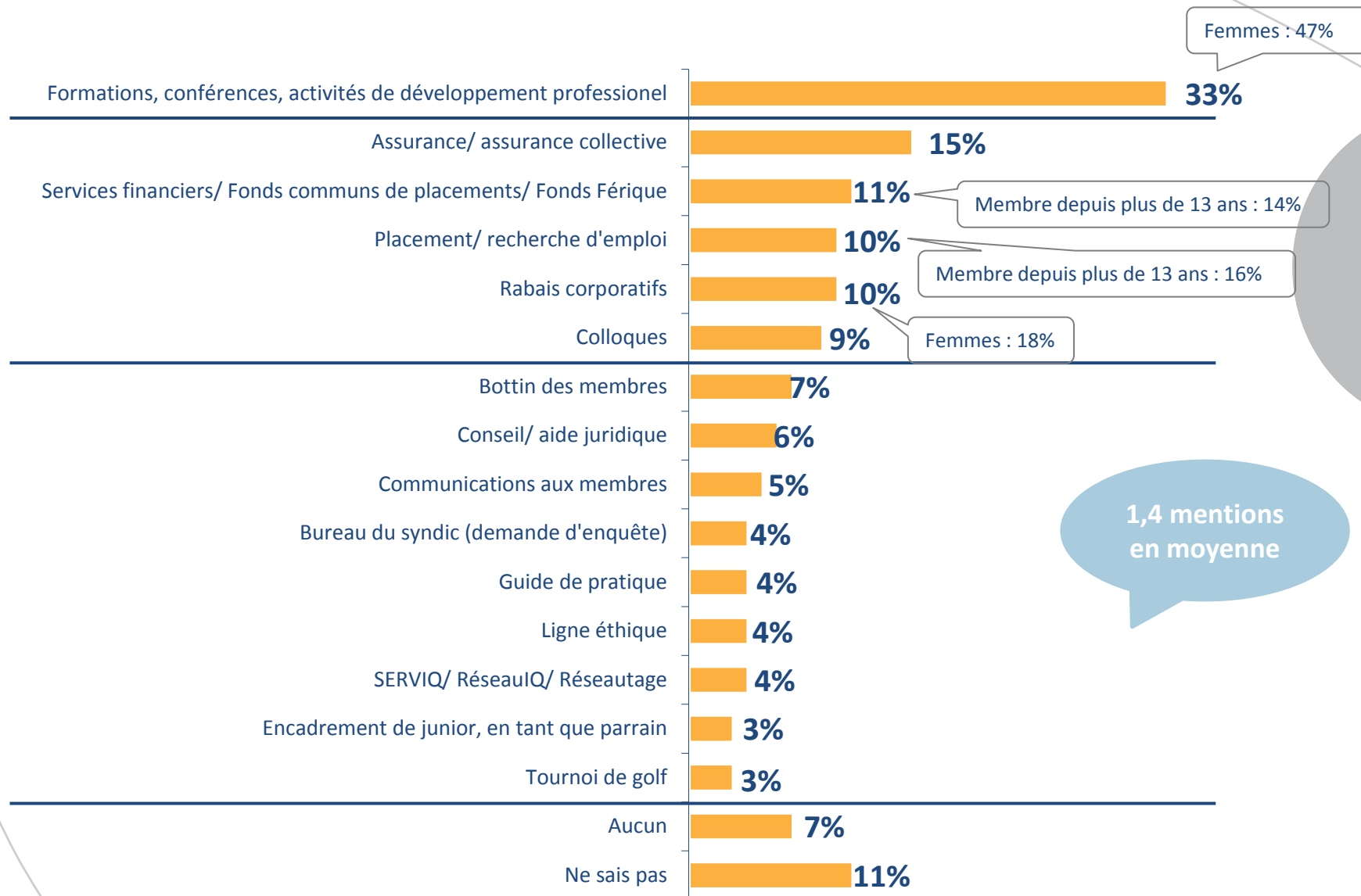
Annexes

Notoriété, utilisation et satisfaction des services

Résultats détaillés

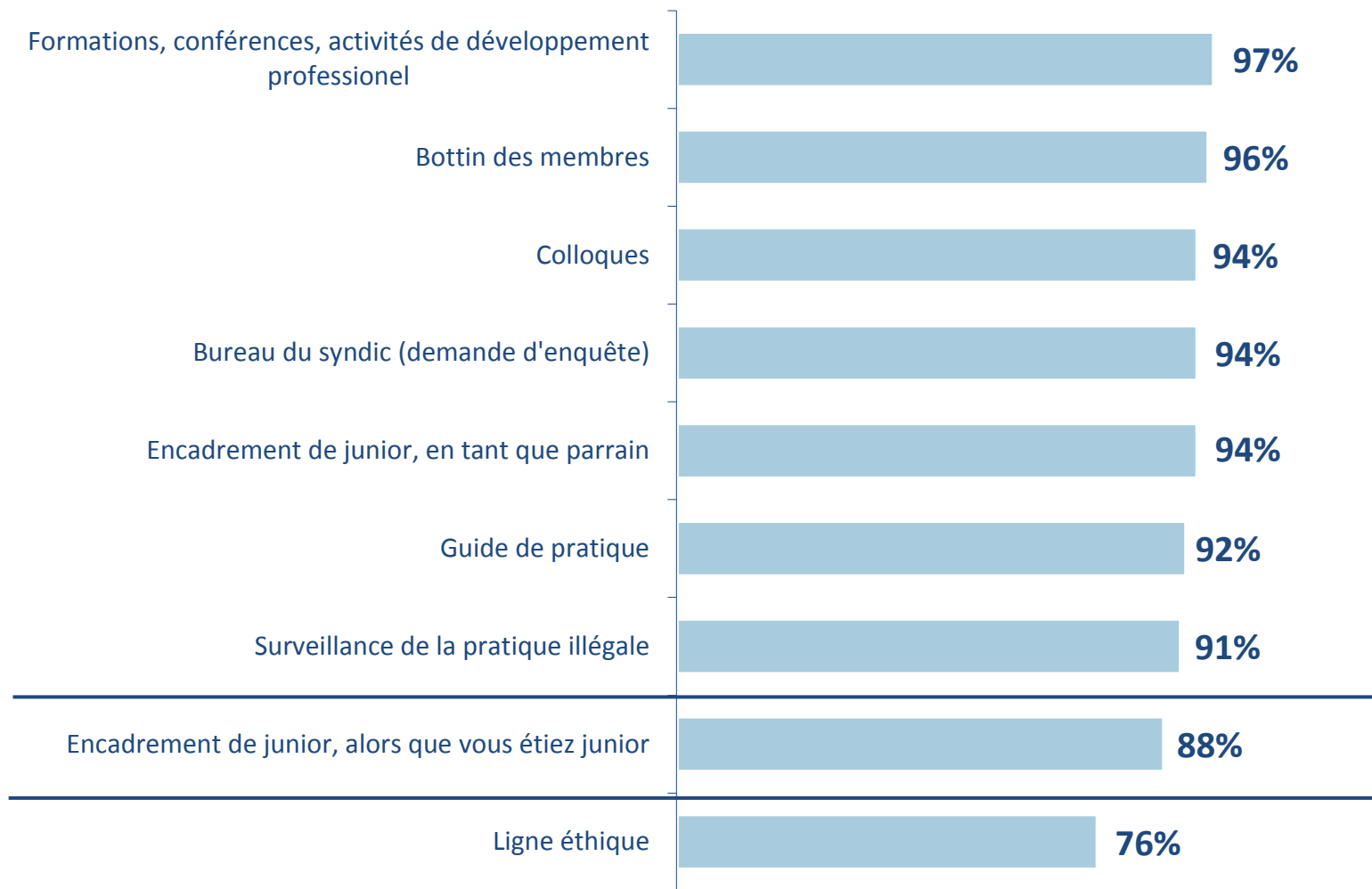
Notoriété spontanée des services proposés par l'OIQ

Parmi un extrait de l'échantillon total des membres (n=500)



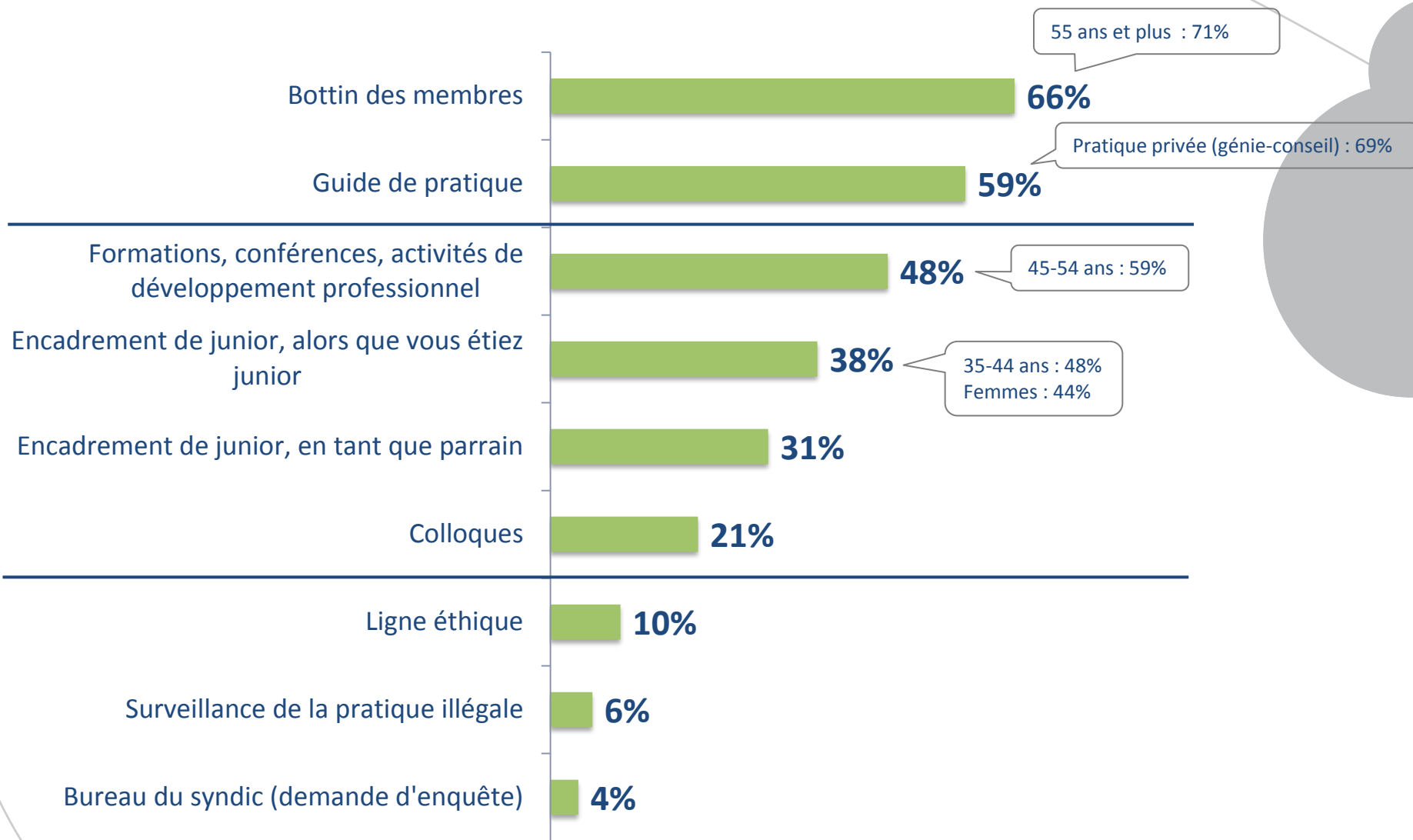
Notoriété assistée des services proposés par l'OIQ

Parmi l'échantillon total des membres (n=10 579)



Utilisation des services

Parmi l'échantillon total des membres (n=10 579)



Satisfaction des services

Parmi les utilisateurs du service (les « n » varient entre 223 et 6 971)

Satisfait
(7-10/10)

78%

72%

Membre depuis moins de 3 ans : 75%

70%

66%

64%

65%

68%

44%

36%

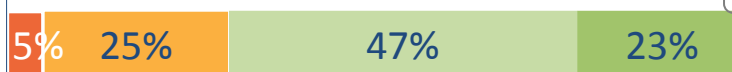
Bottin des membres



Guide de pratique



Encadrement de junior, en tant que parrain



Ligne éthique



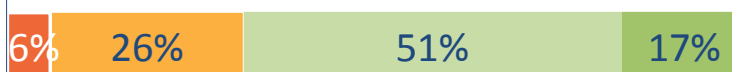
Encadrement de junior, alors que vous étiez junior



Formations, conférences, activités de dév. professionnel



Colloques



Surveillance de la pratique illégale



Bureau du syndic (demande d'enquête)



■ Peu satisfait (1 à 3) ■ 4 à 6 ■ 7 à 8 ■ Très satisfait (9-10)

Méthodologie et profil des répondants

Questionnaire

- Pour consulter les questionnaires, double-cliquez sur les fichiers ci-contre :







Questionnaire FR





Questionnaire
ANG

Traitement des données

- Les données ont été traitées au moyen du logiciel informatique QUANTUM, qui fournit les tableaux et les analyses statistiques nécessaires à la rédaction du rapport de recherche.
- Les différences dans les résultats entre les sous-groupes de l'échantillon ont été soulignées pour les données où des variations statistiquement significatives à 95% étaient constatées.
 - ⇒ Pour ce faire, un test de proportion a permis d'identifier quels sous-groupes différaient de la contrepartie.

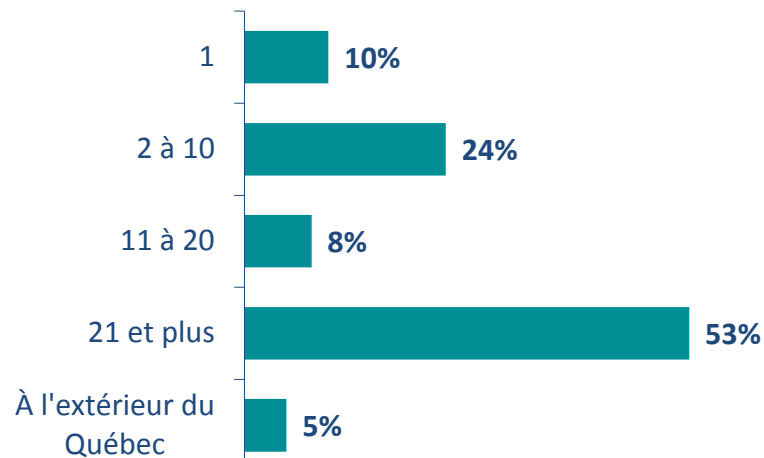
	Échantillon avant pondération	Échantillon après pondération	Profil des membres
	n = 10 579	n = 10 579	n = 60 384
Genre 			
Homme	87%	86%	86%
Femme	13%	14%	14%
Âge 			
Moins de 35 ans	28%	29%	29%
35-44 ans	26%	26%	26%
45-54 ans	24%	24%	24%
55 ans et plus	21%	21%	21%
Langue 			
Français	94%	92%	92%
Anglais	6%	8%	8%
Secteur 			
Entreprise du secteur privé	46%	48%	48%
Pratique privée en génie	20%	20%	20%
Organisme du secteur public/parapublic	19%	16%	16%
Pratique privée hors génie	3%	2%	2%
Autre	1%	1%	1%
Pas en pratique	10%	13%	13%

	Échantillon <u>avant</u> pondération	Échantillon <u>après</u> pondération	Profil des membres
	n = 10 579	n = 10 579	n = 60 384
Région 			
Montréal	29%	29%	29%
Montréal	18%	17%	17%
Québec et Chaudière-Appalaches	17%	14%	14%
Laval-Laurentides-Lanaudière	12%	15%	15%
Estrie	5%	5%	5%
Mauricie-Centre-du-Québec	5%	5%	5%
Saguenay-Lac-Saint-Jean	4%	3%	3%
Outaouais	3%	3%	3%
Abitibi-Témiscamingue	2%	2%	2%
Bas-St-Laurent-Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	2%	1%	1%
Côte-Nord	1%	1%	1%
Autre	3%	5%	5%

Domaine* 	Échantillon	Liste des membres
	n = 10 579	n = 60 384
Civil	22%	21%
Mécanique	17%	13%
Électrique	14%	17%
Industriel/manufacturier	8%	8%
Informatique	8%	8%
Aéronautique/aérospatial	6%	7%
Chimique	3%	3%
Environnemental	3%	3%
Métallurgique	2%	3%
Autre	12%	9%



Nombre d'ingénieurs
au sein de l'entreprise



Nombre d'années
membre

