

06.11.2012 - 11:10 Uhr

L'Association suisse des recherches de marché et sociales déploie avec sa campagne «Votre avis est décisif» son offensive de communication

Alpnach (ots) -

Dans sa campagne «Votre avis est décisif», l'Association suisse des recherches de marché et sociales cherche à expliquer au public l'utilité des recherches de marché et sociales aussi bien pour l'individu que pour la société. Et à se démarquer clairement du marketing direct avec son nouveau label «RECHERCHES DE MARCHÉ SUISSE Pas de vente - Scientifique - Anonyme».

L'Association suisse des recherches de marché et sociales, asms, par le biais de sa campagne «Votre avis est décisif», souhaite activement informer le public sur ses activités et motiver la population suisse à participer à ses enquêtes: «L'utilité des recherches de marché et sociales pour la société est aujourd'hui insuffisamment comprise. Mais les choses vont bientôt changer, lorsque nous aurons expliqué leurs bénéfices pour la vie politique et économique, mais aussi et surtout pour le consommateur», indique Roland Rosset, président de l'asms, l'Association suisse des recherches de marché et sociales.

Avec la campagne développée en collaboration avec l'agence de création HumansBerlin, l'association informe sur la nature et les objectifs des recherches de marché et sociales. En misant sur des thèmes qui divisent, la campagne démontre que quiconque participe à des enquêtes peut faire entendre sa voix et ainsi faire jouer son avis dans d'importantes décisions de société. La recherche de marché et sociale suisse contribue ainsi de façon essentielle à la prise de décisions importantes pour la population ainsi que pour les consommatrices et les consommateurs. Par exemple pour forger l'opinion politique dans une Suisse démocratique, optimiser les produits et les services ou connaître les évolutions sociales et culturelles.

L'association vise aussi, par le biais de sa campagne, à aider le public à différencier les études de marché et sociales sérieuses, des activités souvent mal perçues que sont la vente et le télémarketing. L'objectif est aussi de faire connaître le nouveau label «RECHERCHES DE MARCHÉ SUISSES Pas de vente - Scientifique - Anonyme», conçu comme un signe distinctif permettant de reconnaître les études sérieuses. Le respect de ces normes de qualité est garanti par la marque collective vsms swiss interview institute®, gérée par l'Association suisse des recherches de marché et sociales et qui est déposée auprès du registre des marques et regroupe 34 instituts de recherches de marché, d'opinion et sociales (voir Faits & Chiffres).

Sur les 3,5 millions d'entretiens de recherche de marché menés en 2011 en Suisse, 1,33 millions l'ont été par téléphone. Avec, en face, tous les appels de marketing direct dont l'objectif est de vendre ou de promettre un gain à une loterie. Et ce, souvent sous couvert d'une prétendue enquête. «Le résultat», indique Rosset, «c'est que, malheureusement, les appels de sociétés de recherches de marché et sociales sérieuses sont assimilées aux, voire confondues avec les appels menés purement à des fins de marketing direct ou de vente.» De ce fait, il n'est pas étonnant que de moins en moins de personnes se portent volontaires pour participer à des enquêtes proposées par des instituts de recherches de marché et sociales. Les personnes interrogées ignorent fréquemment que les projets de recherche de marché et sociale menés à bien par les vsms swiss interview institutes® garantissent l'anonymat et la protection des données et qu'ils n'ont absolument aucune vocation à vendre. «Nous devons donc d'une part sensibiliser les personnes interrogées aux bénéfices des recherches de marché et sociales, et d'autre part, leur expliquer comment ces recherches se différencient du télémarketing et de la vente.»

La campagne est axée autour de trois grandes annonces, à paraître dans tous les grands quotidiens nationaux (audience prévue de 83%), ainsi que de bandeaux publicitaires, d'une brochure d'information et du site Internet de la campagne, à l'adresse www.recherchesdemarche.ch.

Les chargés de campagne au sein de l'asms sont: Mitja Ruggle, Roland Rosset, Barbara Felix et Nicole Rosset. Au sein de HumansBerlin, il s'agit de Res Matthys et Sebastian Jerez.

Faits & Chiffres

A propos de l'association:

L'asms Association suisse des recherches de marché et sociales est le plus important et seul groupe de défense officiel de la recherche de marché et sociale en Suisse. L'asms a pour principale mission de promouvoir de façon générale la recherche de marché, d'opinion et sociale, et plus particulièrement une démarche scientifique. Elle entretient un dialogue actif avec les grands acteurs de la vie politique et sociale, et encourage les échanges avec d'autres organisations nationales et internationales. L'association développe, définit et entretient des directives rigoureuses en matière d'assurance de la qualité, promeut des procédures de travail scientifiques, et cherche à se démarquer clairement de la publicité et du marketing direct.

L'asms gère la marque collective vsms swiss interview institute®, qu'elle veut un label de qualité. Les 34 instituts regroupés sous ce label s'engagent à respecter des directives rigoureuses pour la conduite des études. vsms swiss interview institute® est une marque collective enregistrée au registre des marques fédéral. Un des principaux objectifs de l'association consiste à imposer cette marque comme un label de qualité solide et connu. L'an passé, le règlement régissant la marque collective ainsi que ses directives ont été révisés. Voici les principales directives:

- Les membres de la marque collective n'ont pas le droit de mener des interviews à des fins publicitaires, commerciales ou de commande, ouvertement affichées ou dissimulées.

- La participation à un sondage réalisé par un institut membre est toujours volontaire.
- Pas d'appel téléphonique pour un entretien après 21h00 et (sauf rares exceptions) le dimanche.
- Un maximum de 10 tentatives de contact est autorisé.
- Pour les études par téléphone, le numéro de téléphone de l'institut ne doit pas être masqué.

Par ailleurs, les directives stipulent que les enquêtrices ou enquêteurs sont tenus de préciser leur nom, celui de l'institut ainsi que l'objectif de l'enquête. Ils doivent de plus indiquer à la personne interrogée que son anonymat sera protégé, et répondre à ses éventuelles questions. Les instituts membres de l'asms garantissent que les résultats des études ne permettent pas l'identification des personnes interrogées, que les données à caractère personnel ne sont en aucun cas transmises à des tiers et que les résultats des recherches sont utilisés exclusivement aux fins pour lesquelles ils ont été collectés.

Outre les membres de la marque collective, l'association compte plus de 300 membres qui participent professionnellement à la recherche par sondage.

A propos de la campagne:

L'association prévoit de communiquer son message à l'aide des supports publicitaires suivants:

1. Support dans la presse écrite et en ligne, qui expliquent les bénéfices de la recherche de marché du point de vue de la population suisse. Rien qu'avec la presse écrite, la campagne menée à l'échelle nationale devrait avoir une audience de 83% si les parutions prévues sont réalisées d'ici à la fin 2013 (selon REMP MACH Basic 2012-2).
2. Site Internet www.recherchesdemarche.ch .
3. Brochure d'information distribuée par les instituts aux personnes interrogées.

La branche utilisera en outre dès aujourd'hui et de manière systématique ses propres moyens de communication pour atteindre l'objectif de communication fixé: chaque interview qu'un collaborateur d'un institut de recherche de marché et sociale réalise avec un répondant est une opportunité de contact avec laquelle l'association peut diffuser son message.

Contact:

Association suisse des recherches de marché et sociales
Nicole Rosset, Directrice
Brünigstrasse 38
6055 Alpnach
Tél.: +41/44/350'19'60
E-Mail: info@recherchesdemarche.ch
Web: www.recherchesdemarche.ch

Roland Rosset, Président asms
Tél.: +41/41/632'90'28
E-Mail: roland.rosset@gfk.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100010316/100727722> abgerufen werden.