



Diffusion immédiate

22 novembre 2004

Les associations dans l'industrie de la recherche et de l'intelligence marketing se fusionnent pour créer un porte-parole unique

TORONTO—Hier, les présidents des trois associations canadiennes dans l'industrie de la recherche et de l'intelligence marketing ont annoncé conjointement la création d'une nouvelle association nationale qui entend jouer un rôle de leadership dans l'industrie à compter de 2005.

L'annonce a été faite à l'occasion de la réunion inaugurale du conseil d'administration de la nouvelle association, qui se nomme l'Association de recherche et d'intelligence marketing (ARIM). La consolidation des trois associations consacre la position de l'industrie canadienne comme leader mondial dans le domaine des normes professionnelles et de l'auto réglementation.

L'ARIM, dont les activités débuteront le 1^{er} janvier 2005, sera constituée des membres des trois associations qu'elle remplace, soit l'Association canadienne des organisations de recherche en marketing (ACORM), le Conseil canadien de la recherche par sondage (CCRS) et l'Association professionnelle de recherche en marketing (APRM). Au cours du mois de novembre, les membres de chacune des associations ont voté massivement en faveur de la fusion de leurs associations respectives et de la création de l'ARIM.

« L'ARIM apportera aux Canadiens des meilleurs services et une plus grande clarté », a déclaré M. Don Mills, président fondateur de l'ARIM. « L'institution d'un porte-parole unique, en nous aidant à promouvoir et à faire respecter des normes professionnelles rigoureuses, affermit notre position de leader en matière de responsabilité professionnelle. Il en résulte un bénéfice pour le public, qui est mieux assuré que la personne à qui on communique ses attitudes et ses opinions est un véritable chercheur, à l'emploi d'une entreprise reconnue, accréditée et sujette à vérification, qui respecte des normes parmi les plus exigeantes au monde. »

La nouvelle association assumera les nombreuses tâches qui incombait à celles qu'elle remplace, notamment :

- *Élaborer et appliquer des normes professionnelles* : les normes de l'industrie pour les chercheurs et les sociétés d'études de marché sont parmi les plus rigoureuses au monde;
- *Assurer le contrôle de la qualité* : les sociétés membres continueront à faire l'objet de vérifications au hasard, pour assurer qu'on emploie les meilleures pratiques et qu'on respecte les normes de l'industrie;
- *Assurer le développement professionnel* : au moyen de l'École de recherche marketing et par l'accréditation comme Professionnel agréé en recherche marketing;
- *Promouvoir l'industrie* : pour protéger la capacité des membres d'agir de façon efficace et

- *Habiliter les répondants* : au moyen d'un numéro sans frais d'appel (1-800-554-9996) qui permet au public de vérifier si une recherche est légitime et de déposer des plaintes, le cas échéant.

Les sondages et les études de marché jouent un rôle important dans l'élaboration de nouveaux programmes, services et politiques qui entraînent des avantages pour les Canadiens. L'ARIM défendra les intérêts du public, des usagers des services, ainsi que des praticiens et des organisations qui composent l'industrie. L'industrie est en pleine croissance au Canada, alors que plus de 200 sociétés génèrent des affaires pour une valeur de près de trois quarts de milliard de dollars.