

Mise à jour le 1^{er} août 2018

Communiqué de presse conjoint par les dirigeants des plus grandes entreprises de recherche marketing et sondages au Canada, en réaction à la dissolution de l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing (ARIM).

Pour diffusion immédiate

TORONTO. 1^{er} août 2018. — Les présidents des plus grandes firmes canadiennes de recherche marketing et de sondages ont tenu une conférence téléphonique hier pour discuter de la cessation des opérations de l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing (ARIM).

Les participants à l'appel comprenaient les chefs d'entreprise d'Environics Research, de Léger, de Nanos Research, d'EKOS Research Associates, de Corporate Research Associates et de CRC Research. Le communiqué de presse conjoint ci-dessous retrace leur réaction initiale, ainsi que celle du président d'Ipsos Canada qui n'était pas disponible lors de l'appel. D'autres dirigeants de l'industrie seront impliqués dans les discussions futures concernant l'importance de continuer à améliorer et à respecter les normes de l'industrie et les pratiques de certification en l'absence de l'ARIM.

Communiqué de presse conjoint, déclaration de Don Mills (président-directeur général Corporate Research Associates) et Jean-Marc Léger (président Léger), au nom des signataires énoncés ci-dessous :

« À titre de chef de l'une des plus grandes entreprises de sondage et de recherche, nous trouvons l'annonce de l'ARIM, qui nous informe de la cessation de ses opérations, très malheureuse. » explique Don Mills, président-directeur général de Corporate Research Associates. « Nous avons tenu un appel urgent ce matin afin de discuter des prochaines étapes et des actions à prendre. Nous étions tous en accord que des mesures immédiates devaient être prises pour assurer le respect des normes de classe mondiales de notre industrie et du processus de certification; qui garantit que la recherche menée par les principaux cabinets de recherche canadiens repose sur une collecte de données rigoureuse et éthique. Malgré les difficultés rencontrées par l'association, le marché de la recherche et de l'intelligence marketing reste en soi vibrant et financièrement solide, » ajoute M. Mills.

« En l'absence de l'ARIM, nous croyons qu'il faut mettre en place une nouvelle organisation qui agira à titre de porte-parole de la recherche de qualité, des standards de l'industrie et du processus de certification, » a déclaré Jean-Marc Léger, président de Léger. « Nous poursuivrons nos discussions en vue de lancer rapidement un nouvel organisme de normalisation et de certification. Nous allons également élargir notre portée à d'autres leaders de l'industrie qui partagent notre conviction de développer des recherches scientifiques de qualité », a ajouté M. Léger.

Gary Bennewies
Président,
Directeur général
Ipsos Canada

Chuck Chakrapani
Président
[Leger Analytics](#)

Ed Gibson
Président
[CRC Research](#)

Frank Graves
Président
[Ekos Research Associates](#)

Jean-Marc Léger
Président
[Léger](#)

Don Mills
Président, Directeur
général
[Corporate Research Associates](#)

Nik Nanos
Président exécutif
[Nanos Research](#)

Barry Watson
Président,
Directeur général
[Environics Research](#)

-30-

Pour plus d'information

Greg Jodouin Affaires publiques 613-859-8390
gjodouin@paceconsulting.ca