



Communiqué de Presse
Conférence Ipsos sur le thème
Réputation et "bottom line"
5 Mars au WTC de Zürich – 6 Mars à la FER de Genève

Ipsos Suisse, institut d'études marketing et publicitaires, organise les 5 et 6 mars prochains une conférence petit-déjeuner en anglais sur le thème **Réputation et "bottom line"**. Cette conférence est destinée aux responsables de la communication, des études de marché et du marketing des entreprises ou organisations internationales ou locales. Elle sera présentée par Milorad Ajder, Directeur Général d'Ipsos Mori "Reputation Centre" à Londres.

Dans un contexte de globalisation et d'instabilité économique, une communication ciblée et rapide s'impose pour maintenir la réputation des entreprises ou des organisations, une réputation qui, dans certains cas, peut sombrer en quelques minutes.

Comment se définit le concept de "réputation", quels sont les mécanismes et les éléments qui la constituent et la soutiennent ? Ces questions seront abordées par Milorad Ajder, le directeur général d'Ipsos MORI "Reputation Centre". Milorad partagera avec l'assistance ses réflexions basées sur des études de réputation menées auprès de grandes sociétés multinationales. Il démontrera que les études et la gestion de la réputation doivent être considérées comme une ressource stratégique, en ligne avec la stratégie d'entreprise mais également comme un outil de développement commercial.

Cette conférence sera proposée deux fois, comme suit:

A Zürich au World Trade Center Zürich - le Jeudi 5 Mars de 9:00 à 11:00

A Genève à la FER (Fédération des Entreprises Romandes) - le Vendredi 6 Mars de 9:00 à 11:00

L'accès à cette conférence se fait sur invitation uniquement (nombre de places limité). Si vous souhaitez y assister, merci de contacter Isabelle Bouillard (isabelle.bouillard@ipsos.com – 022 591 06 72)

Au sujet du groupe Ipsos

Créé à Paris en 1975 par Didier Truchot, toujours aux commandes aujourd'hui en tant de co-président du groupe aux côtés de Jean-Marc Lech, Ipsos a réalisé en 2007 un chiffre d'affaires de 927.2 millions d'euros et se situe au troisième rang mondial des études par enquêtes. Spécialisé dans cinq domaines d'intervention – études publicitaires, marketing, études médias, opinion publique et recherche sociale, études liées à la gestion de la relation – le Groupe est implanté dans 64 pays et emploie plus de 8800 personnes. Depuis le 1er juillet 1999, Ipsos est coté à la Bourse de Paris – Euronext.

Ipsos Suisse SA

12, Avenue des Morgines

1213 Petit Lancy - Genève

Tél. +41 (0)22 591 06 00

Fax +41 (0)22 591 06 01

<http://www.ipsos.com>



Ipsos en Suisse

Ipsos a choisi de s'implanter à Genève afin de se rapprocher et de mieux servir les sociétés ayant leur siège international ou régional en Suisse mais également de proposer ses services aux sociétés s'intéressant au marché Suisse.

Depuis sa création en avril 2006, le bureau Genevois a doublé son effectif et regroupe aujourd'hui plus de 70 collaborateurs à Genève au sein de ses divisions études marketing (Ipsos Marketing) et études publicitaires (Ipsos-ASI).

La mission d'Ipsos Suisse est de coordonner des études au niveau local et international et d'offrir des services d'études marketing ou publicitaires, aussi bien quantitatives que qualitatives, qui participent efficacement au management de la stratégie de la marque. Ipsos Suisse fonctionne également comme un hub qui permet un accès facile aux autres spécialisations du groupe Ipsos (Loyalty, Media, Public Affairs) et aux spécialistes sectoriels.

Ipsos Marketing

La vocation de la division Ipsos Marketing est de faire croître l'activité de ses clients par l'innovation, principalement dans le secteur des produits de grande consommation, celui du luxe, l'industrie pharmaceutique, les services et le secteur B to B. Qu'il s'agisse du développement d'une nouvelle marque, d'un nouveau produit ou d'une extension de ligne de produits, ou encore du relancement d'une marque existante, les spécialistes d'Ipsos Marketing accompagnent leurs clients tout au long de leurs projets en leur proposant des approches de recherche qualitatives et quantitatives qui permettront le meilleur éclairage du marché et des consommateurs.

Ipsos-ASI

Ipsos-ASI a 30 ans d'expérience en matière de tests publicitaires et propose une gamme complète de solutions permettant de mesurer l'efficacité des campagnes publicitaires.

La mission d'Ipsos-ASI est d'aider les annonceurs à construire des marques solides et de garantir un retour sur les investissements publicitaires. Dans ce but, Ipsos-ASI réalise des tests élaborés en fonction des spécificités de chaque média auprès des cibles de communication visées. Ipsos-ASI peut proposer des solutions tout au long du processus de développement publicitaire, aussi bien en pré-test qu'en post-test, aussi bien pour une publicité isolée que pour une campagne multimédia. Ses banques de données contiennent 80000 campagnes testées dans plus de 40 pays et permettent ainsi de mesurer la performance d'une campagne en la comparant à des standards continuellement mis à jour.

Pour répondre aux attentes spécifiques du marché Suisse, la division Ipsos-ASI a développé un outil de post-test adapté aux annonceurs de ce marché, qui au-delà des mesures classiques de performance d'une campagne, offre un diagnostic et des recommandations sur les améliorations qui peuvent être apportées au message publicitaire.

Ipsos Suisse SA

12, Avenue des Morgines

1213 Petit Lancy - Genève

Tél. +41 (0)22 591 06 00

Fax +41 (0)22 591 06 01

<http://www.ipsos.com>