

Facts and Figures GfK Switzerland AG

Avec un chiffre d'affaires de 62,4 millions de CHF en 2010 et environ 33% de parts de marché, GfK Switzerland est le premier institut d'études de marché de Suisse*, proposant des prestations de services dans tous les domaines des études marketing. GfK Switzerland appartient depuis 1999 au groupe international GfK (GfK SE) basé à Nuremberg, l'un des quatre plus grands instituts d'études de marchés au monde.

**selon la statistique asms de la branche*

Historique

- 1959 Fondation de «l'Institut pour l'Analyse des ménages» (Institut für Haushalts-Analysen)
- 1975 Fusion avec la Société Suisse pour le Marketing GfM
- 1999 IHA-GfM devient une filiale à 100% de GfK AG, Nürnberg, Allemagne
- 2002 Changement de nom en IHA-GfK SA
- 2009 50e anniversaire et changement de nom en GfK Switzerland
- 2010 Intégration de GfK Trustmark AG

L'entreprise

Continuité

Avec une part de marché de 33%, GfK Switzerland est le premier institut d'études de marché en Suisse. Depuis plus de 50 ans, GfK Switzerland est présent au coeur du marché suisse avec une recherche commerciale, consommateurs et médias exhaustive, et opère aussi de manière accrue sur les marchés internationaux. GfK Switzerland propose des solutions intégrales allant des études par panels jusqu'aux enquêtes ad hoc qualitatives et quantitatives.

International

GfK Switzerland fait partie du groupe international GfK qui se classe parmi les quatre plus grandes sociétés d'études de marché au monde: plus de 10 000 collaborateurs répartis dans plus de 100 pays mènent à bien les projets de recherche nationaux et transfrontaliers.

Responsabilité

Engagement social et culturel, formation d'apprentis, certification rigoureuse de la protection des

données, certification ISO et FSC, valeurs éthiques claires.

Chiffre d'affaires 2010

62,4 mio. CHF

Le chiffre d'affaires 2011 sera publié à la fin du 1er trimestre 2012.

Direction

Peter Meyer (CEO)
 Martin Seith (CFO)
 Bettina Hoffmann, Media Research
 Dr. Ludovit Szabo, Custom Research
 Peter Fickentscher, Retail and Technology

Collaborateurs/trices Suisse 2010

290 collaborateurs/trices (postes fixes)

Actionnaires

GfK AG Nürnberg, Allemagne (100%)

Filiales et participations

Media Focus, Zürich
 GfK Telecontrol SA, Hergiswil

Filiales de GfK International en Suisse

GfK m2, Hergiswil
 (Retail and Technology, mobile content)
 GfK Research Matters, Basel
 (Healthcare)
 media control AG, Zürich (Media)

Joint Venture

ARGE Media Focus
 (en commun avec The Nielsen Company)

Mesure de l'audience TV à l'international

Licences Telecontrol en Allemagne, Arménie, Autriche, Bulgarie, Chypre, France, Géorgie, Inde, Pakistan, Porto Rico, Portugal, Roumanie et Ukraine

Affiliations

- asms Association suisse des spécialistes en recherches de marché et sociales
- asms swiss interview institute®
- ESOMAR
- GfM Société suisse pour le marketing
- SQS Association Suisse pour Systèmes de Qualité et de Management
- Swiss Marketing (SMC)

Produits et services

Nos clients bénéficient de notre expertise des marchés locaux et internationaux, qui s'appuie sur de nombreuses années d'expérience et la coopération internationale au sein du Groupe GfK. GfK Switzerland offre des solutions pour chaque étape du cycle du marché et du marketing.

Infrastructure pour les enquêtes

- Env. 400 enquêteurs/trices en laboratoire téléphonique
- Env. 500 enquêteurs/trices de terrain
- Env. 600 Mystery Shopper
- Studios de test en Suisse: Zurich, Lucerne et Lausanne
- Call Center du groupe GfK: 1100 stations CATI dans 32 pays
- Call Center Suisse: 156 stations CATI à Hergiswil et Lausanne; interviews dans toutes les langues européennes
- Online-Pool avec 50 000 participants et accès au GOP Global Online Panel du Groupe GfK
- «Pool de personnes à hauts revenus» (y comp. capital de plus d'un million)

Méthodes

Panels

- Panels nationaux et internationaux (y comp. Europanel, GOP Global Online Panel, etc.)
- Panel commercial (Non-Food)
- Spécial: «Total Store Report»
- Panel TV/radio (sur mandat de Mediapulse)

Recherche ad-hoc (nationale et internationale)

Online (CAWI)

- Personnelle in-hall (CAPI)
- Personnelle in-home (CAPI)

- Enquêtes qualitatives:
 - Ateliers créatifs
 - Explorations individuelles
 - Groupes de discussion
 - Expériences qualitatives
 - Recherche qualitative en ligne (sociolog.dx)
 - Expérience utilisateur
- Enquêtes quantitatives:
 - Business-to-Consumer
 - Business-to-Business
- Enquêtes écrites (PAPI)
- Enquêtes téléphoniques (CATI)

Omnibus

- Interbus: 500 interviews personnelles par semaine
- Telebus: 2 fois 500 interviews téléphoniques par semaine
- Onlinebus: 500 ou 1000 interviews en ligne par semaine
- Bus Grands consommateurs: 1000 interviews auprès de grands consommateurs, 2 fois par an
- Omnibus des médecins: 120 interviews, 9 fois par an
- OTC-Omnibus: pharmaciens et droguistes, 160 interviews, 9 fois par an
- Omnibus des spécialistes (secteur Health)

Etudes multi-clients (sélection)

- Beauty Care U&A Europe occidentale (D, F, UK, I, E) et USA
- Business Reflector®
- Business Reflector Pharma®
- Baromètre des assurances
- Card Monitor

Marchés

Nos équipes spécialisées constituent des centres de compétences pour les marchés suivants:

- Automobile
- Do-it-yourself/jardin
- Energie
- Mode et chaussures
- Finances et assurances
- FMCG (alimentation/Near-Food)
- Commerce
- Ménage et hygiène
- Healthcare, pharma
- Electronique domestique:
 - Electronique de divertissement
 - Photo
 - Appareils ménagers
- Chauffage et sanitaire

- Home:
 - Meubles
 - Articles ménagers
 - Textiles d'intérieur
- IT, télécommunications
- Médias, publicité, communication
- Optique
- Services publics, NPO
- Ressources humaines
- Poste, logistique, trafic, transports
- Recherche sociale
- Jouets
- Sport
- ainsi que de multiples autres sous-marchés/marchés de niche

Thèmes

Etudes par panels

Analyses standardisées livrant des informations sur les tendances, volumes, chiffres d'affaires, canaux de distribution et segments dans les marchés de nos clients: politique de produit et de prix, publicité, distribution, vente et logistique.

Pour la Suisse en particulier:

- «Total Store Report»: analyse de l'assortiment intégral du commerce de détail suisse
- «Shopping Center Index»: plateforme de planification et de contrôle du travail pour les détaillants locataires, les gérants et le management des centres commerciaux

Recherche ad-hoc

Des solutions sur mesure pour répondre à vos questions dans les segments de marché ou domaines thématiques listés.

Recherche médias

(études par panels et ad-hoc)

Mesures de la pénétration de la télévision et de la radio, données sur l'utilisation des médias imprimés, recherche médias sur les besoins des utilisateurs, conception et optimisation des produits, distribution et abonnements, mesure de l'attention publicitaire ainsi que prétests/posttests publicitaires.

Les thèmes en détail (extrait)

- Branding et positionnement (p. ex. BVT Brand Vitality Tracking®, GfK Target Positioning®)

- Tests de dégustation
- Analyses de distribution
- Sondages électroniques TED
- Mesure des émotions (EMO-Sensor)
- Analyses d'image et de positionnement
- Tests de concept/produits
- Analyse de structure de la clientèle
- Satisfaction des clients
- Diagnostic des labels et produits
- Accompagnement du Launch/Relaunch
- Etude lifestyle (Roper Consumer Styles)
- Analyses du marché et des marques
- Sondages d'opinions
- Enquêtes sur les salons professionnels
- Satisfaction des collaborateurs
- Etude des motifs
- Mystery (Visiting, Shopping, Calling)
- Etudes en matière d'organisation
- Enquêtes dans les POS
- Analyses de potentiel
- Analyses de prix
- Optimisation des produits
- Analyses des promotions
- Analyses des segmentations
- Analyses de l'assortiment
- Analyses des sites
- Analyses touchpoint
- Etudes Usage-and-Attitude
- Recherche sur l'expérience utilisateur
- Analyses des canaux de distribution
- Prétests/posttests publicitaires

Publications

- Ouvrage spécialisé «Die digital vernetzte Wissensgesellschaft» (2010)
- Ouvrage spécialisé annuel «Detailhandel Schweiz»
- «GfK Vademecum 2011»
- «GfK Marktmonitor»: newsletter trimestrielle sur l'évolution du marché suisse
- Newsletter «GfK Custom Research»
- «Instant Marktwissen»: graphiques Power-Point d'actualité pour vos présentations

Events

GfK Switzerland propose une série de manifestations de grand intérêt.

www.gfk.ch. → [events](#)



GfK Switzerland AG

Obermattweg 9
CH-6052 Hergiswil

Téléphone +41 (0)41 632 91 11
Fax +41 (0)41 632 91 23

E-Mail info.ch@gfk.com
Web www.gfk.ch, www.gfk.com



GfK Switzerland AG, Trustmark

Siewerdstrasse 95
CH-8050 Zürich

Téléphone +41 (0)44 392 04 07
Fax +41 (0)44 392 04 09

E-Mail info@gfktrustmark.ch
Web www.gfktrustmark.ch



GfK Switzerland SA

Galerie Saint-François B
CH-1003 Lausanne

Téléphone +41 (0)21 641 27 61
Fax +41 (0)21 641 27 60

E-Mail info.ch@gfk.com
Web www.gfk.ch, www.gfk.com



GfK Switzerland AG, SirValUse

Mattenstrasse 81
CH-2503 Biel/Bienne

Téléphone +41 (0)79 777 49 63

E-Mail isabel.paar@gfk.com
Web www.gfk.ch

Protection des données et qualité des données – parce que la confiance exige la sécurité

GfK Switzerland SA est le seul institut d'études de marché de Suisse dont la recherche par enquêtes a obtenu le label de protection des données Good Priv@cy de SQS. Nous accordons la plus haute importance à la protection des données et la sécurité des informations.

www.gfk.ch → entreprise → protection des données

Les certifications garantissent:

- la réalisation transparente des projets
- des déroulements efficaces et standardisés
- des contrôles de qualité clairs
- le respect des règlements des associations professionnelles asms et ESOMAR

Le seul institut de sondages suisse...

- certifié depuis 1995 selon ISO 9001:2000
- certifié depuis 2003 selon SQS 9004
- certifié depuis 2008 selon le label de protection des données SQS Good Priv@cy



Responsable du contenu:
Corporate Communications GfK Switzerland SA, 03/2011