

## **Les Canadiens privilégient de plus en plus le comportement responsable comme baromètre de la saine gestion des entreprises et des gouvernements**

*Un rapport analyse des milliers de conversations en ligne afin d'identifier les priorités et les valeurs émergentes*

**Montréal – 11 février 2015** – Un nouveau rapport de recherche, qui analyse des milliers de conversations en ligne qu'ont eues des Canadiens, conclut que 2015 sera l'année des comportements responsables. Le rapport, intitulé [\*Regard neuf sur... Ce que les artisans canadiens de la culture veulent que vous sachiez\*](#), est le fruit d'un travail de collaboration du Cabinet de relations publiques NATIONAL et de sa filiale numérique, Sonic Boom, Créateur d'expérience client, et reddit.com.

« Le thème des comportements responsables revient dans toutes les discussions que les Canadiens ont sur reddit, sur une vaste gamme de sujets; cette constatation nous amène à conclure que, de plus en plus, les consommateurs tiennent compte de ce facteur lorsqu'ils achètent des produits, appuient des entreprises et défendent des causes. Plus que jamais, les Canadiens vont soutenir des entreprises et des organismes agissant de manière responsable envers leurs employés et envers leurs clients, par exemple, et vont bouder les entreprises et les organismes n'agissant qu'en fonction de leurs propres intérêts », a déclaré le vice-président, Stratégie de Sonic Boom, Ujwal Arkalgud.

Le site Web reddit, connu comme étant la une de l'Internet, s'est révélé être l'une des communautés virtuelles les plus influentes; reddit est consulté par les adeptes précoces dans le domaine de la technologie, par les technophiles et par les artisans de la culture. En conséquence, les conversations tenues sur reddit servent en partie de baromètre quant aux valeurs et aux croyances émergentes, qui influent sur une vaste gamme de décisions, qu'il s'agisse des produits à acheter ou des politiciens ou des causes à soutenir. Plus de 7,4 millions de Canadiens visitent tous les mois le site reddit, à raison de 18 minutes par visite, en moyenne.

« En utilisant notre approche de la Consommation par conviction, qui adopte les méthodologies utilisées en sciences sociales et en ethnographie, nous avons analysé plus de 20 000 discussions portant sur des sujets aussi diversifiés que les services financiers, les produits pharmaceutiques, les télécommunications et l'énergie. Nous avons alors constaté que les Canadiens n'ont rien contre les entreprises qui réalisent un bénéfice raisonnable, mais qu'ils veulent s'assurer que la façon d'agir des entreprises n'entraîne pas l'exploitation des autres et que les personnes en position de pouvoir agissent de manière impartiale, a expliqué Doris Juergens, associée et vice-présidente nationale, Stratégie de NATIONAL. De plus, les Canadiens s'attendent de plus en plus à ce que les entreprises se montrent progressistes, inclusives et justes, a-t-elle ajouté. Si ce n'est pas le cas, les Canadiens seront de plus en plus enclins à s'organiser et à devenir eux-mêmes engagés. »

### **Principales conclusions sur les comportements responsables**

Voici quelques-unes des principales conclusions de notre étude :

- Les Canadiens ont exprimé de manière particulièrement claire qu'ils voulaient que nos milieux d'affaires et que nos gouvernements collaborent les uns avec les autres, à condition que ce ne soit pas dans un dessein de collusion;

- Ils veulent que les entreprises canadiennes innovent et ils estiment qu'il est légitime que nos banques et nos gouvernements accordent la priorité à de telles initiatives et les soutiennent;
- Les Canadiens sur reddit n'ont pas pleinement confiance dans l'objectivité des ressources éducatives préparées par les institutions financières. De plus, ils souhaitent que nos institutions financières fournissent davantage d'information pertinente sur les occasions d'investissement et les risques qui se présentent non seulement au client avec un avoir net élevé, mais aussi au jeune investisseur;
- Ils s'attendent à ce que les entreprises et les gouvernements se montrent progressistes quant à la planification de notre avenir énergétique mais ils veulent aussi être en mesure de choisir entre des sources d'énergie renouvelables par rapport à des sources d'énergie conventionnelles;
- Pour ce qui est des Canadiens s'exprimant sur reddit, la technologie fait partie intégrante de leur manière de travailler et de jouer. Ils veulent que l'industrie et le gouvernement fassent en sorte que les Canadiens aient un accès équitable aux technologies existantes ou émergentes;
- Dans le secteur du commerce du détail au Canada, les conversations en ligne laissent entendre que le traitement équitable et le respect envers les personnes qui participent à la chaîne d'approvisionnement, en partant des employés des usines de fabrication jusqu'aux employés de vente, ont une influence directe sur les intentions d'achat des Canadiens.

En 2015, les Canadiens vont être plus exigeants à l'égard des décideurs. Selon les redditeurs, les entreprises et les gouvernements doivent faire preuve d'un solide sens de la responsabilité sociale et appliquer un code moral favorisant les comportements responsables plutôt que la protection et la promotion de leurs propres intérêts.

Les personnes intéressées à avoir accès à une présentation plus approfondie sur l'incidence du principe des comportements responsables sur leur entreprise ou sur leur marché sont priées de communiquer avec Doris Juergens au numéro suivant : 514-843-2383.

-30-

### **À propos de NATIONAL**

Le [Cabinet de relations publiques NATIONAL](#) est la plus grande firme conseil en relations publiques au Canada, comptant des bureaux à Victoria, Vancouver, Calgary, Toronto, Ottawa, Montréal, Québec, Saint John, Halifax, Saint-Jean, New York et Londres. Le Cabinet offre l'éventail complet des services de communication aux entreprises, aux organismes et aux gouvernements. Ses champs d'expertise incluent la communication corporative, les relations investisseurs, les affaires publiques, l'engagement des employés, la consultation et la participation publiques, la communication liée au marketing, à la technologie et à la santé, ainsi que les services de communication numérique. Il offre des services de communication médicale, de relations publiques et de soutien à la recherche clinique à un vaste éventail de sociétés dans l'industrie pharmaceutique et des instruments médicaux à l'échelle internationale sous la marque AXON Communications. NATIONAL possède aussi une filiale spécialisée en marketing numérique, Sonic Boom, Créateur d'expérience client, avec des bureaux à Toronto et à Montréal.

NATIONAL est une filiale du Groupe conseil RES PUBLICA. Au niveau international, NATIONAL est affilié à Burson-Marsteller, qui fait partie du groupe WPP, un leader mondial dans la communication marketing.

### **À propos de Sonic Boom**

Située à Toronto et Montréal, [Sonic Boom, Créateur d'expérience client](#) est la filiale numérique du Cabinet de relations publiques NATIONAL, la plus grande firme conseil en relations publiques au Canada.

Depuis sa création, en 1998, Sonic Boom travaille avec les plus grandes marques et a réalisé une vaste gamme de mandats dans le domaine de la communication numérique. Regroupant des experts dans les domaines de la création, de la technologie et de la stratégie commerciale, Sonic Boom travaille à l'échelle canadienne et internationale, avec divers clients à qui elle propose des solutions interactives judicieuses, efficaces et novatrices. Parmi ses réalisations récentes, Sonic Boom agit comme agence attitrée pour les médias sociaux pour le compte de la Compagnie Ford du Canada Limitée et a également travaillé sur une base régulière pour soutenir et conseiller des clients comme Health Canada, Pfizer, GE, Hoffmann La Roche, Kohler et Vaughan Mills.

### **Renseignements**

Émilie Dutil-Bruneau

Conseillère principale

Le Cabinet de relations publiques NATIONAL

514-843-2370

edutilbruneau@national.ca