

B. Les interviews

Les interviews ont été réalisées au centre de télé-recherche des plus perfectionnés que possède *Insight Canada Research* à Toronto, où est appliquée la technologie de pointe ITAO (interview téléphonique assistée par ordinateur). Tout en permettant d'éliminer les erreurs dans l'entrée des données, cette technologie garantit l'exécution rapide des recherches.

Environ 30 % des interviews ont été suivies par des spécialistes de *Insight Canada Research*, et les intervieweurs ont tous fait l'objet d'une surveillance constante destinée à garantir la qualité des données et le règlement rapide des problèmes susceptibles de surgir. Les intervieweurs voient toujours à respecter l'intimité et l'emploi du temps des répondants. Ils acceptent poliment les refus de répondre, et si le moment ne convient pas à une personne qui accepte par ailleurs de répondre, l'interview est reportée autant de fois qu'il est nécessaire de le faire. Quand personne ne répond, le numéro est refait au moins cinq fois avant d'être retiré de l'échantillon.

C. Les normes professionnelles

Nous l'avons dit, la maison de sondage *Insight Canada Research* se conforme aux normes professionnelles et aux lignes directrices de l'Association canadienne des organisations de recherche en marketing (ACORM), allant même parfois au-delà. Elle participe aux vérifications annuelles de ses règles et méthodes de recherche qu'effectue l'ACORM.

Le personnel cadre de *Insight Canada Research*, notamment toutes les personnes qui ont contribué au sondage, sont des membres en règle de l'Association professionnelle de recherche en marketing (APRM), qui édicte des lignes de conduite éthiques et professionnelles tout en offrant à ses membres la possibilité de se tenir au courant des derniers développements dans le domaine de la recherche en marketing.