



Etude 2013 relative aux entreprises et à la cyberadministration

L'essentiel concernant la série d'études consacrées aux entreprises en Suisse et à la cyberadministration, enquête 2013

Octobre 2013



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'économie,
de la formation et de la recherche DEFR
Secrétariat d'Etat à l'économie SECO
Direction de la promotion économique

Impressum

Editeur

gfs.bern sur mandat du:

Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO), Direction de la promotion économique,
secteur Politique PME

Equipe de projet de gfs.bern

Lukas Golder, politologue et sociologue des médias
Cindy Beer, sociologue
Stephan Tschöpe, politologue
Philippe Rochat, politologue
Carole Gauch, politologue et sociologue des médias
Andrea Kohli, germaniste

Adresse

gfs.bern
Hirschengraben 5
Case postale 6323
CH-3001 Berne
Tél. +41 31 311 08 06
Fax +41 31 311 08 19
info@gfsbern.ch
www.gfsbern.ch

© 2013 by gfs.bern

Le copyright appartient à gfs.bern et aux mandants.

La transmission du présent rapport ou d'extraits de celui-ci à des tiers est exclue.

L'utilisation et la diffusion d'informations émanant du présent document sont autorisées en indiquant la source de la manière suivante: «Source: gfs.bern».

 **gfs.bern**
Menschen. Meinungen. Märkte.

Importance croissante des stratégies de cyberadministration

Les traitements en ligne en progression

L'essentiel concernant l'étude 2013 relative aux entreprises et à la cyberadministration

Octobre 2013

Sommaire

L'essentiel en bref	3
Le mandat et la base des données	3
Survol des nouvelles tendances et des résultats	3
Les traitements en ligne s'étoffent dans les domaines centraux	4
Satisfaction concernant l'administration et ses prestations en ligne ...	6
Importance accrue des médias sociaux en arrière-plan.....	10
Légèrement plus répandue, la SuisseID donne satisfaction	12
En résumé.....	15
Annexe	17
L'équipe de gfs.bern	17

L'essentiel en bref

Le mandat et la base des données

Le SECO, représenté par Markus Pfister, Communication cyberadministration PME, a mandaté l'institut de recherche gfs.bern pour poursuivre la série d'études consacrées aux entreprises en Suisse et à la cyberadministration. Il s'agit d'approfondir les questions de monitoring relatives à la demande de prestations administratives en ligne et à la satisfaction concernant les portails virtuels. Reformulées lors de la dernière étude, les questions concernant la SuisseID et les médias sociaux sont celles qui captent aujourd'hui l'attention ; la série de questions relatives à la SuisseID a été étoffée cette année.

Les enquêteurs ont interrogé des représentants d'entreprise ayant régulièrement à faire avec des autorités, provenant d'une fraction représentative constituée sur la base d'un échantillon aléatoire du recensement officiel des entreprises de l'Office fédéral de la statistique (OFS), en prévoyant des pourcentages logiques quant à la taille des entreprises.

Menés entre le 8 juillet et le 8 août 2013, les 1048 interviews présentent un taux d'erreur statistique de 3,1 %. Comme la conception de l'enquête est la même et que la majeure partie des questions posées sont identiques, il est parfaitement possible d'établir des comparaisons dans le temps.

Survol des nouvelles tendances et des résultats

Traitement en ligne – Le traitement de démarches administratives en ligne a encore gagné en importance. L'exécution par voie électronique de transactions essentielles est également en constante progression. Néanmoins, le contact téléphonique avec les autorités ne perd rien de son acuité.

Offres en ligne – Les prestations de l'administration sont, autant que l'on puisse en juger, satisfaisantes ; le degré de satisfaction s'est élevé, en particulier à l'endroit des administrations cantonales. Au niveau fédéral, la notoriété des sites kmu.admin.ch et kmuinfo.ch a baissé, tandis que le site SuisseID.ch présente un degré de notoriété plus élevé par rapport à 2011.

Médias sociaux – Les médias sociaux rencontrent un succès grandissant dans le monde professionnel, encore que l'utilité de ces plateformes ne soit pas encore très concrète, comparées à des offres spécifiques qui facilitent manifestement le travail au quotidien.

SuisseID – La notoriété de la SuisseID s'est certes accrue, mais le nombre de ses utilisateurs n'a pas notablement changé. Le degré de satisfaction de ces derniers est néanmoins plus élevé en raison notamment de la simplification apportée par la SuisseID, de sa polyvalence mais aussi de la sécurité qu'elle offre.

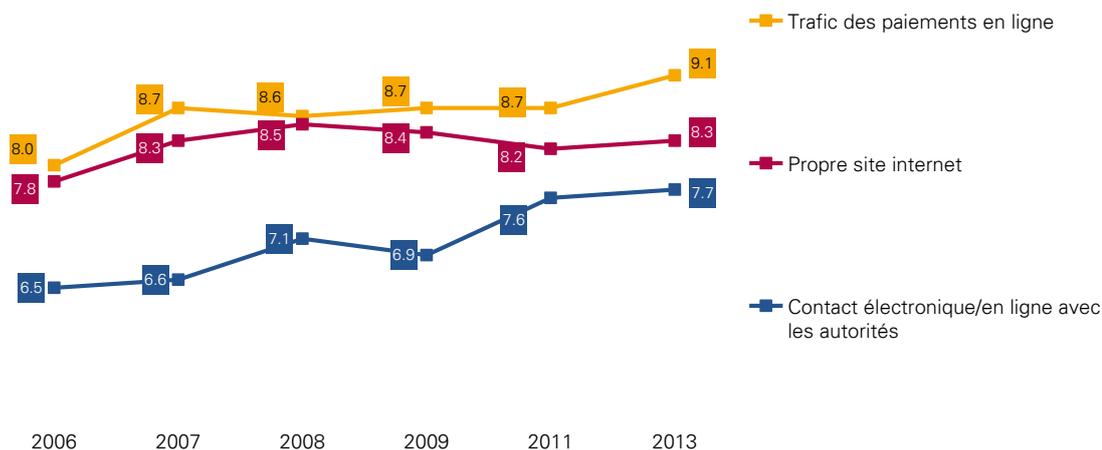
Les traitements en ligne s'étoffent dans les domaines centraux

De nos jours, il n'y a presque plus personne qui n'ait pas un accès direct à l'internet à sa place de travail. Le cas échéant, cela concerne tout au plus des microentreprises, lesquelles ne sont toutefois que 3 % dans cette situation. Les applications en ligne restent très importantes pour les activités courantes, en particulier le trafic des paiements (9,1 en moyenne). Cette valeur a encore progressé par rapport aux dernières années. Le site internet de leur firme compte également pour les représentants d'entreprise (8,3 en moyenne). Le contact en ligne avec les autorités a également gagné en importance (7,7 en moyenne).

Graphique 1

Tendance: importance des services et des offres spécifiques (valeurs moyennes)

«Sur une échelle de 0 à 10, veuillez s.v.p. indiquer dans quelle mesure les services et offres en question sont importants pour votre entreprise, 0 signifiant «pas importants du tout» et 10 «très importants». Vous pouvez nuancer votre opinion en utilisant les chiffres compris entre les deux valeurs. Si vous n'utilisez pas l'un des services dans votre entreprise ou si vous ne le connaissez pas, dites-le moi tout simplement.»



© gfs.bern, Entreprises et cyberadministration, juillet/août 2013 (N = env. 1000)

Si l'on place ce contact avec les autorités en regard d'autres possibilités telles que le contact téléphonique ou personnel, on constate que la voie électronique est appréciée de la même manière que le contact par téléphone. Le contact personnel avec les autorités suit derrière. Dans le quotidien professionnel, il est plus important d'effectuer des démarches administratives depuis sa place de travail.

Graphique 2

Importance des services et des offres (valeurs moyennes)

«Sur une échelle de 0 à 10, veuillez s.v.p. indiquer dans quelle mesure les services et offres en question sont importants pour votre entreprise, 0 signifiant «pas importants du tout» et 10 «très importants». Vous pouvez nuancer votre opinion en utilisant les chiffres compris entre les deux valeurs. Si vous n'utilisez pas l'un des services dans votre entreprise ou si vous ne le connaissez pas, dites-le moi tout simplement.»



© gfs.bern, Entreprises et cyberadministration, juillet/août 2013 (N = 1048)

Une majorité claire de 59 % (+2 points de pourcentage par rapport à 2011) indique non seulement la volonté de ne pas continuer à recevoir uniquement des informations, mais aussi le besoin d'effectuer directement des démarches administratives en ligne. En conséquence, la part des représentants d'entreprise interrogés qui traitent effectivement une série de services sous la forme de transactions en ligne continue également de progresser pour plusieurs applications. Cela concerne tout spécialement l'assurance-accidents et, de manière tendancielle, l'AVS, l'AI, les APG, la LPP et la communication des données relatives au salaire. Les bonnes offres de transactions ont ainsi un potentiel très élevé en termes d'utilisation, qui autorise encore de nettes progressions. Cela concerne surtout la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), car c'est dans ce domaine, et dans celui des impôts en général, que, à une question posée ouvertement, les personnes interrogées ont jugé les simplifications les plus urgentes. Les mutations dans le registre du commerce (RC), l'embauche de main-d'œuvre étrangère et les transactions dans le domaine de la sécurité au travail sont effectuées en ligne par plus d'un quart des représentants d'entreprise interrogés. 20 % d'entre eux indiquent qu'ils le font déjà en se connectant à des plateformes des autorités, et 19 % traitent la TVA en ligne. Les impôts sur les entreprises sont traités en ligne à raison de 18 %, et 17 % des représentants d'entreprise interrogés disent signer électroniquement et légitimer des formulaires officiels et les déposer en ligne. Enfin, cinq créations d'entreprise sur cent sont déjà effectuées en ligne.

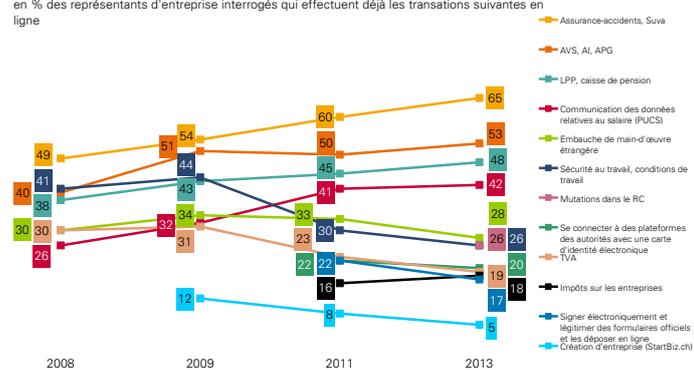
Si l'on observe la tendance liée à la volonté d'effectuer des démarches administratives en ligne, on constate que, par rapport à 2011, cette volonté est restée plus ou moins stable dans bon nombre de domaines. Une tendance positive se dessine en ce qui concerne le besoin d'effectuer en ligne les opérations relatives à la TVA. La volonté de signer électroniquement et légitimer des formulaires officiels a légèrement augmenté, et le besoin de se connecter à des plateformes des autorités avec une carte d'identité électronique reste généralisé.

Graphiques 3

Tendance: déroulement des transactions

«Veuillez s.v.p. me dire, pour les transactions suivantes, si vous les utilisez déjà en ligne aujourd'hui, si vous souhaiteriez les utiliser en ligne ou si ce n'est pas le cas.»

en % des représentants d'entreprise interrogés qui effectuent déjà les transactions suivantes en ligne

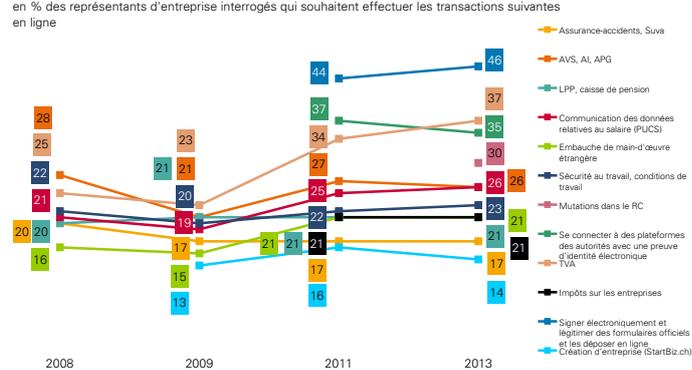


© gfs.bern, Entreprises et cyberadministration, juillet/août 2013 (n = env. 1000)

Tendance: déroulement souhaité des transactions

«Veuillez s.v.p. me dire, pour les transactions suivantes, si vous les utilisez déjà en ligne aujourd'hui, si vous souhaiteriez les utiliser en ligne ou si ce n'est pas le cas.»

en % des représentants d'entreprise interrogés qui souhaitent effectuer les transactions suivantes en ligne



© gfs.bern, Entreprises et cyberadministration, juillet/août 2013 (n = env. 1000)

Satisfaction concernant l'administration et ses prestations en ligne

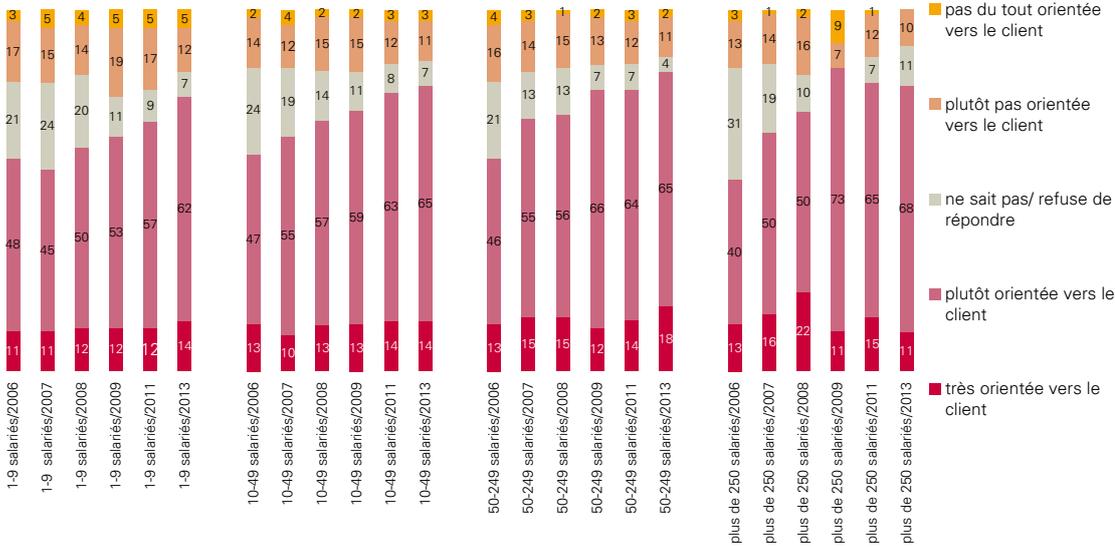
De manière générale, la satisfaction des entreprises vis-à-vis de l'administration publique est élevée depuis 2006. Si l'on excepte les grandes entreprises de l'étude, la satisfaction quant à l'orientation clients de l'administration a encore augmenté, en particulier la part de ceux qui se montrent plutôt satisfaits. Le degré de satisfaction des grandes entreprises a légèrement fléchi d'un point de vue tendanciel, tout en restant lui aussi à un niveau élevé. Il reste certes un potentiel de croissance pour toutes les entreprises en général en s'appuyant sur la part de représentants interrogés qui sont très satisfaits, mais la tendance montre nettement que là où auparavant on ne pouvait donner une réponse claire, une image positive prédomine aujourd'hui.

Graphique 4

Tendance: orientation clients de l'administration, selon la taille des entreprises

«Par rapport à votre entreprise, estimez-vous que l'administration publique est très orientée vers le client, plutôt orientée, plutôt pas orientée ou pas du tout orientée vers le client?»

en % des représentants d'entreprise interrogés



© gfs.bern, Entreprises et cyberadministration, juillet/août 2013 (1-9 salariés n = 354 / 10-49 salariés n = 295 / 50-249 salariés n = 319 / plus de 250 salariés n = 80)

Les prestations internet de l'administration publique sont toujours jugées globalement positives, bien que la part de ceux qui en sont très satisfaits affiche une tendance à la baisse. En revanche, la part des personnes plutôt satisfaites a encore progressé par rapport à 2011, pour dépasser 70 %. La personne en mesure d'évaluer les prestations internet de la Confédération s'en montre plutôt satisfaite. Les prestations au niveau fédéral ne sont toutefois pas jugées aussi bonnes qu'au niveau des cantons.

Graphiques 5

Tendance: évaluation des prestations internet de l'administration publique en général

«A votre avis, dans l'ensemble, les prestations internet de l'administration publique pour les entreprises sont-elles très bonnes, plutôt bonnes, plutôt mauvaises ou très mauvaises?»

en % des représentants d'entreprises interrogés

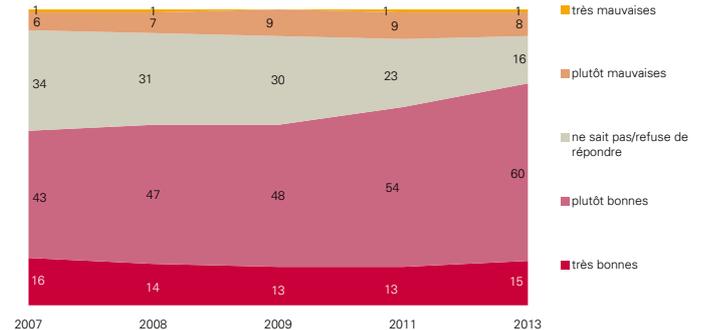


© gfs.bern, Entreprises et cyberadministration, juillet/août 2013 (N = env. 1000)

Tendance: évaluation des prestations internet de l'administration fédérale

«A votre avis, les prestations internet de l'administration fédérale pour les entreprises sont-elles très bonnes, plutôt bonnes, plutôt mauvaises ou très mauvaises?»

en % des représentants d'entreprise interrogés



© gfs.bern, Entreprises et cyberadministration, juillet/août 2013 (N = env. 1000)

Si nous considérons la notoriété assistée des sites de la Confédération, celle du site seco.admin.ch a encore augmenté, puisque 64 % des représentants d'entreprise interrogés le connaissent aujourd'hui. Le site ch.ch est également un peu plus connu qu'en 2011 (27 %). C'est en particulier le site SuisseID.ch qui a gagné en notoriété, alors que la notoriété assistée des sites kmu.admin.ch et kmuinfo.ch est en perte de vitesse par rapport à 2011 (25 %).

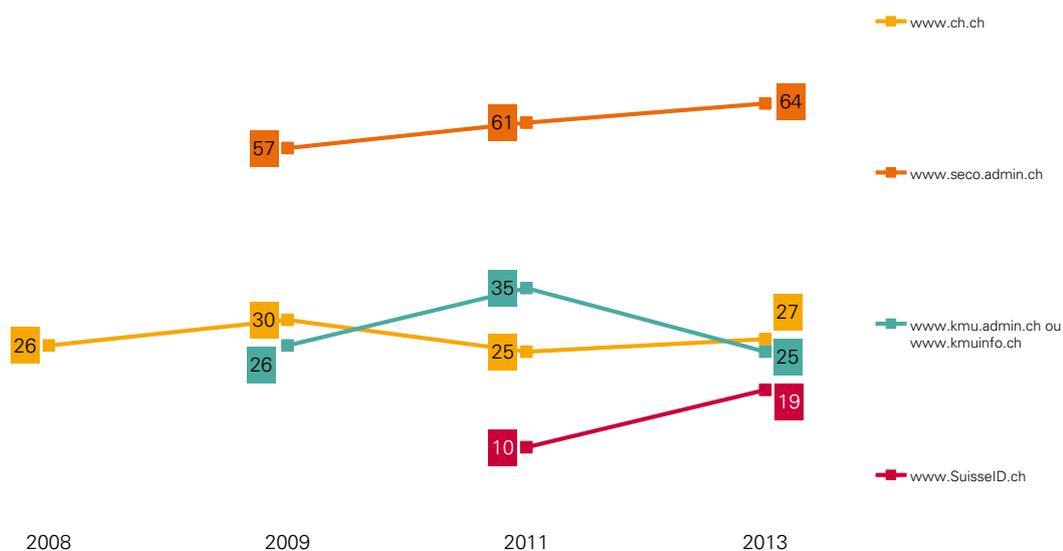
Graphique 8

Tendance: notoriété des sites internet

«Connaissez-vous les pages suivantes?»

= notoriété assistée

en % des représentants d'entreprise interrogés qui connaissent les pages respectives



© gfs.bern, Entreprises et cyberadministration, juillet/août 2013 (N = env. 1000)

Sous l'angle de la notoriété assistée, les sites internet en question sont connus par 30 % des microentreprises et des petites entreprises. Ce sont les entreprises comptant 250 salariés et plus qui les connaissent le moins, tout en sachant qu'elles ne font pas partie du groupe cible. Pour toutes les tailles d'entreprise, la notoriété de ces sites a accusé un nouveau recul par rapport à 2011, moins marqué pour les microentreprises (1 à 9 salariés).

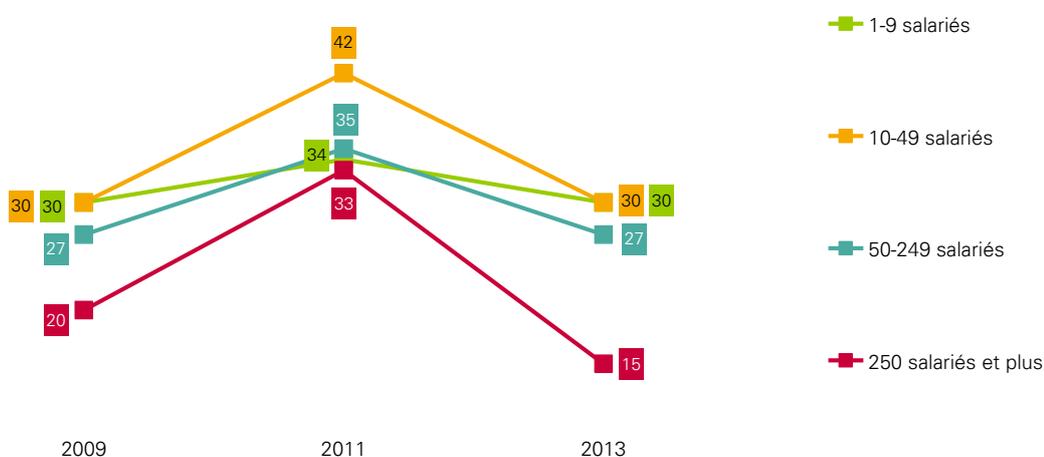
Graphique 9

Evolution de la notoriété des sites internet www.kmu.admin.ch et www.kmuinfo.ch, selon la taille des entreprises:

«Connaissez-vous les pages suivantes?»

= notoriété assistée

en % des représentants d'entreprise qui connaissent les pages respectives



© gfs.bern, Entreprises et cyberadministration, juillet/août 2013 (1-9 salariés n = 354 / 10-49 salariés n = 295 / 50-249 salariés n = 319 / 250 salariés et plus n = 80)

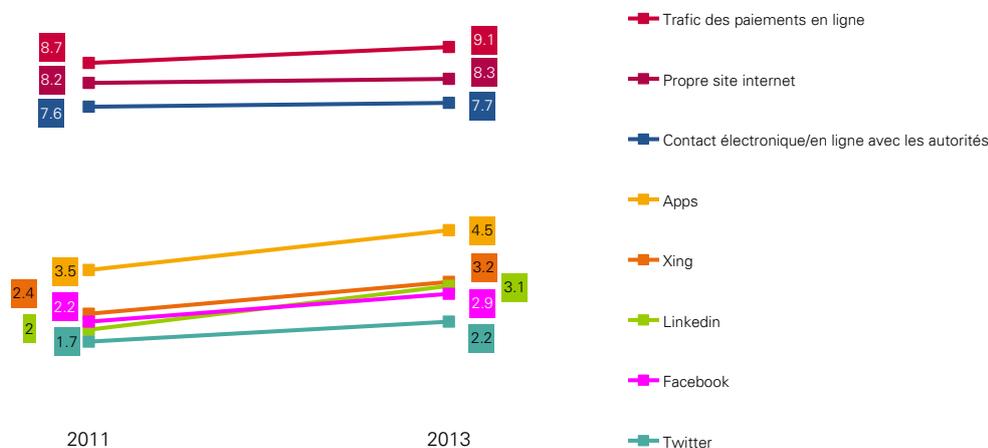
Importance accrue des médias sociaux en arrière-plan

Comparés au trafic de paiements en ligne, au site internet de l'entreprise et au contact électronique avec les autorités, les applications et les profils d'emplois sur les réseaux sociaux ou les dernières nouvelles sur Twitter sont moins importants pour les entreprises. C'est une fois encore Twitter qui ferme la marche dans ce contexte, quoique l'importance de ce réseau pour les entreprises se soit également accrue par rapport à 2011. Les réseaux sociaux et les applications sont eux aussi de plus en plus prisés dans le monde des affaires. De manière générale, les jeunes ont tendance à considérer les médias sociaux comme plus importants, encore que l'écart avec les représentants d'entreprise plus âgés ne soit pas très marqué.

Graphique 10

Tendance: importance des services et offres spécifiques (valeurs moyennes)

«En utilisant une échelle de 0 à 10, veuillez s.v.p. indiquer dans quelle mesure les services et offres en question sont importants pour votre entreprise, 0 signifiant «pas importants du tout» et 10 «très importants». Vous pouvez nuancer votre opinion en utilisant les chiffres compris entre les deux valeurs. Si vous n'utilisez pas l'un des services dans votre entreprise ou si vous ne le connaissez pas, dites-le moi tout simplement.»



© gfs.bern, Entreprises et cyberadministration, juillet/août 2013 (N = env. 1000)

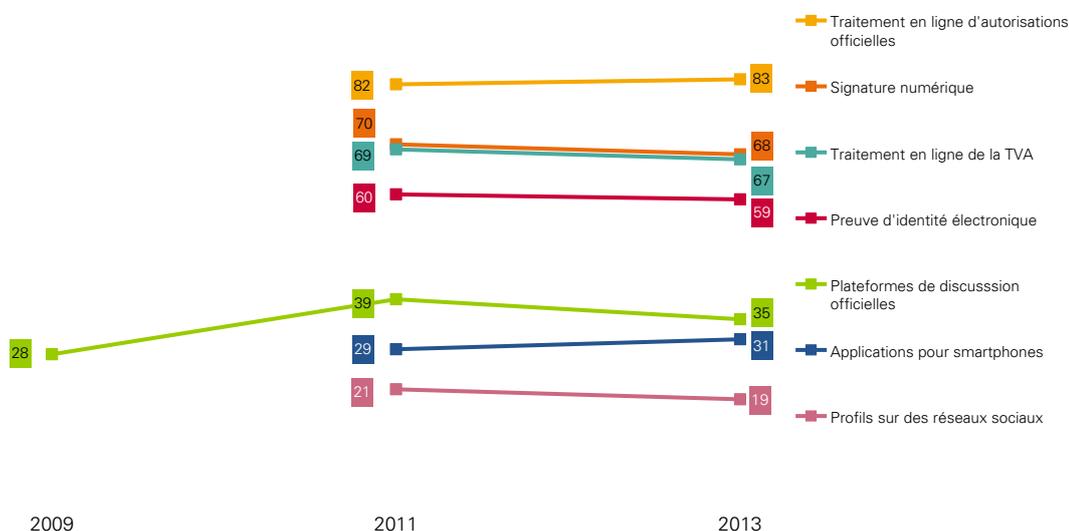
Les estimations quant à l'utilité des différentes offres en ligne n'ont guère évolué par rapport à 2011. Les offres jugées les plus utiles demeurent, par ordre de préférence, le traitement en ligne d'autorisations officielles (83 % de très utile et de plutôt utile), la signature numérique (68 %), le traitement en ligne de la TVA (67 %) et la preuve d'identité électronique (59 %). Par contre, seule une minorité de représentants d'entreprise continuent de considérer les plateformes de discussion officielles (35 %), les applications sur smartphones (31 %) et les profils sur des réseaux sociaux (19 %) comme très utiles ou plutôt utiles. Les médias sociaux sont donc jugés toujours plus importants, comme précisé plus haut, sans toutefois être totalement convaincants en termes d'utilité.

Graphique 11

Tendance: utilité des offres en ligne

«Estimez-vous que les offres électroniques en ligne suivantes sont très utiles, plutôt utiles, plutôt pas utiles ou pas du tout utiles?»

en % des représentants d'entreprise interrogés, très utiles/plutôt utiles



© gfs.bern, Entreprises et cyberadministration, juillet/août 2013 (N = env. 1000)

Légèrement plus répandue, la SuisseID donne satisfaction

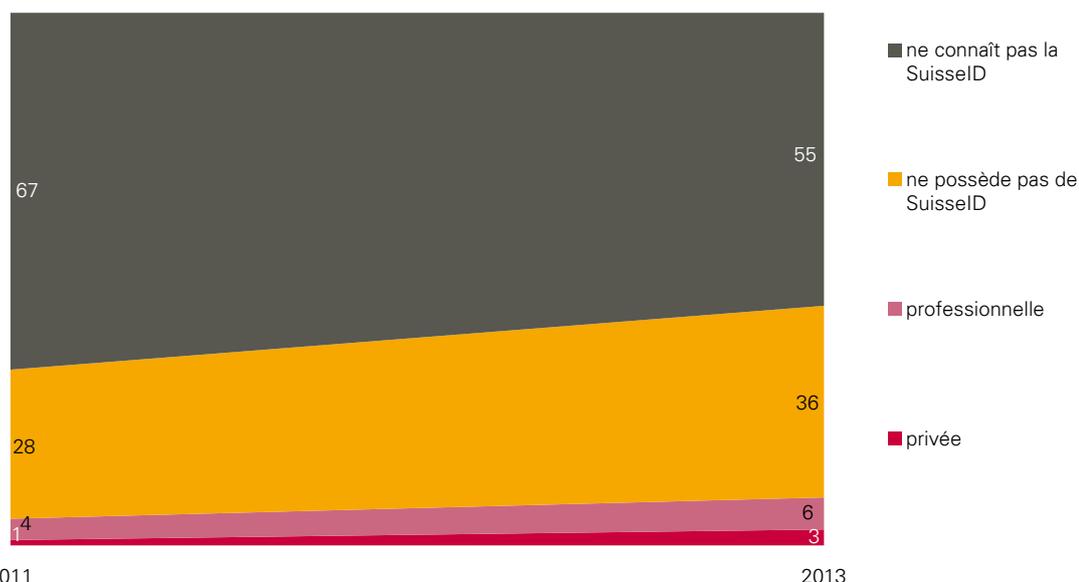
Un tiers des représentants d'entreprise interrogés disaient connaître la SuisseID en 2011. Ils sont aujourd'hui déjà 42 % dans cette situation. La SuisseID évoque donc aujourd'hui quelque chose pour bon nombre de représentants d'entreprise, ce que confirme la meilleure connaissance du site SuisseID.ch. Le nombre des titulaires d'une SuisseID a légèrement augmenté, dans les limites de l'erreur d'échantillonnage, comme le montre la comparaison avec 2011. Sur tous les représentants d'entreprises interrogés, 6 % (contre +2 % en 2011) indiquent la posséder à titre professionnel, 3 % (contre +2 % en 2011) à titre privé. L'utilisation à titre professionnel de la SuisseID est spécialement le fait du secteur de la communication et de l'information. Enfin, la possession à titre professionnel de la SuisseID n'a diminué, dans une faible mesure, que dans les entreprises qui comptent 250 salariés et plus, tandis que, dans les PME, elle a plutôt légèrement augmenté.

Graphique 12

Tendance: possession d'une SuisseID

«Possédez-vous une SuisseID privée, possédez-vous une SuisseID professionnelle ou ne possédez-vous pas de SuisseID?»

en % des représentants d'entreprise interrogés



© gfs.bern, Entreprises et cyberadministration, juillet/août 2013 (N = env. 1000)

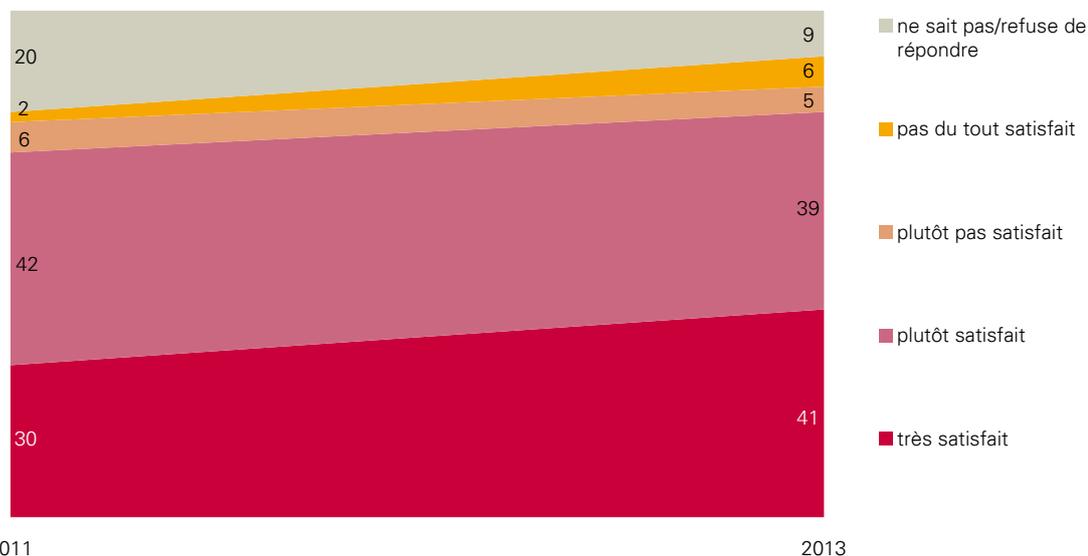
La personne qui possède une SuisselD en est généralement satisfaite, et cette satisfaction s'est encore accrue par rapport à 2011. Actuellement, 41 % des représentants d'entreprise se déclarent très satisfaits de la SuisselD et 39 % plutôt satisfaits. Les représentants d'entreprise clairement insatisfaits sont toutefois en légère augmentation, passant de 2 % à 6 % actuellement. Ils sont 5 % à être plutôt insatisfaits de la SuisselD.

Graphique 13

Tendance: filtre de la satisfaction concernant la SuisselD

«Etes-vous très satisfait de votre SuisselD, plutôt satisfait, plutôt pas satisfait ou pas du tout satisfait?»

en % des représentants d'entreprise qui possèdent une SuisselD



© gfs.bern, Entreprises et cyberadministration, juillet/août 2013 (n = env. 65)

L'insatisfaction tient principalement à la complexité de l'application et au fait que celle-ci n'a pas encore fait ses preuves, c'est-à-dire qu'elle est trop peu éprouvée. Les critiques évoquent également sa capacité d'utilisation restreinte.

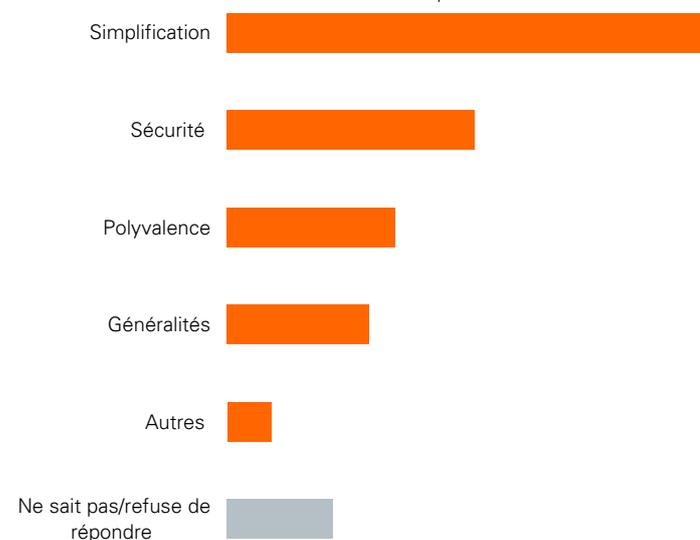
La personne qui en est satisfaite estime que la SuisselD simplifie des processus ; la sécurité est également un autre aspect important invoqué à cet égard. Enfin, la polyvalence de la SuisselD est appréciée.

Graphique 14

Filtre: motif invoqué pour la satisfaction à l'égard de la SuisseID

«Pouvez-vous nous dire ce qui contribue à votre satisfaction avec une SuisseID? Veuillez mentionner ce qui est positif selon vous dans la Suisse ID?»

en % des représentants d'entreprise interrogés qui possèdent une SuisseID et qui en sont très satisfaits ou plutôt satisfaits



© gfs.bern, Entreprises et cyberadministration, juillet/août 2013 (n = 59)

La SuisseID est essentiellement utilisée pour se connecter et pour apposer une signature. Les représentants d'entreprise ont indiqué qu'ils l'emploient aussi à des fins d'identification et comme preuve, notamment dans les affaires financières.

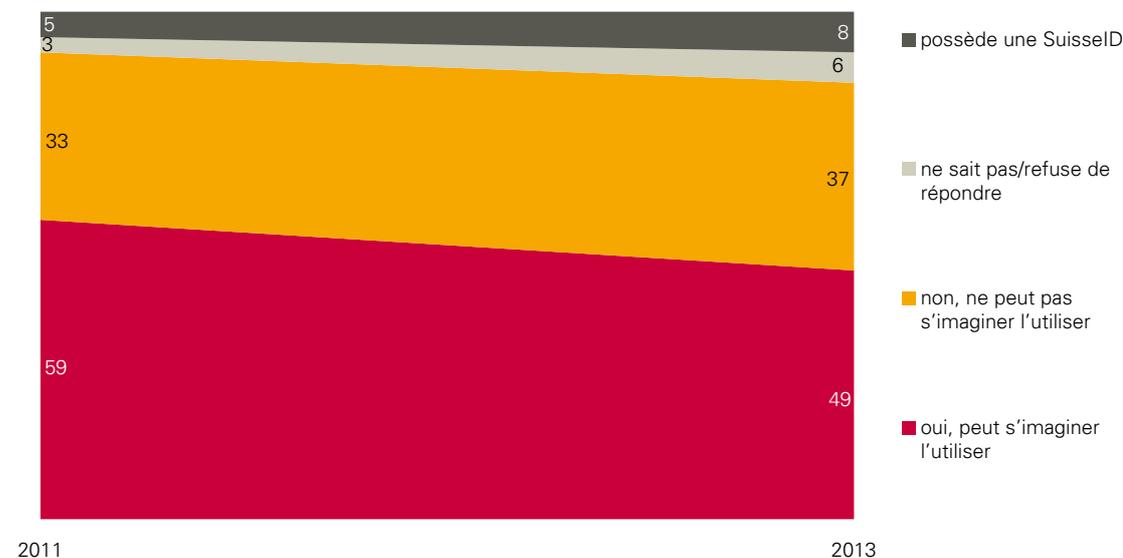
Les représentants d'entreprise sont 49 % à dire qu'ils peuvent très bien s'imaginer utiliser une SuisseID, chiffre qui a toutefois reculé de 10 points de pourcentage par rapport à 2011 ; la part de ceux qui ne peuvent s'imaginer l'utiliser a augmenté de 4 points.

Graphique 15

Tendance: utilisation de la SuisseID

«Pourriez-vous vous imaginer utiliser la SuisseID ou n'est-ce pas le cas?»

en % des représentants d'entreprise interrogés



© gfs.bern, Entreprises et cyberadministration, juillet/août 2013 (N = env. 1000)

En résumé

Les indicateurs concernant non seulement la satisfaction mais aussi le traitement en ligne ont évolué positivement sur l'ensemble du monitoring. Les représentants d'entreprise aimeraient effectuer encore davantage de démarches administratives en ligne et le feraient s'ils en avaient la possibilité. Il est cependant essentiel que ces traitements en ligne simplifient les choses et ne soient pas trop compliqués. Si les médias sociaux ne semblent pas être indispensables pour les représentants d'entreprise, la tendance montre néanmoins que l'importance de ces plateformes ne cesse de croître dans le monde professionnel. Cela dit, les offres spécifiques qui facilitent les activités au quotidien conservent toute leur importance. Leur utilité et leur efficacité sont clairement mises en évidence. Destinée à standardiser et à simplifier l'authentification et la signature dans les traitements en ligne, la SuisseID est un peu plus répandue qu'il y a deux ans. La notoriété et la satisfaction liées à ce produit se sont ainsi améliorées par rapport à 2011.

Nous formulons sous forme condensée les résultats suivants en vue de la discussion avec le client :

Le traitement en ligne répond à une demande et est largement utilisé dans les domaines centraux

La volonté d'effectuer des démarches administratives en ligne continue d'augmenter : les transactions sont davantage exécutées en ligne dans les domaines centraux.

Cyberadministration et spirale des besoins

Les expériences positives des entreprises en termes d'utilisation suscitent immédiatement de nouveaux besoins chez elles. Cette spirale de besoins en cyberadministration est en marche dans les entreprises.

L'administration et ses prestations en ligne demeurent appréciées

L'orientation clients de l'administration est appréciée. Les prestations en ligne sont aussi satisfaisantes à tous les niveaux de l'administration ; elles affichent une évolution positive, notamment à l'échelon cantonal.

Importance accrue des médias sociaux en arrière-plan

Les médias sociaux sont eux aussi de plus en plus prisés dans le monde professionnel ; mais leur utilité aux yeux des entreprises reste bien inférieure aux offres qui facilitent concrètement les activités de tous les jours. Cette opinion est aussi partagée par les personnes jeunes, qui sont largement connectées aux réseaux sociaux durant leurs loisirs, mais de manière moins marquée que les générations plus âgées.

Légèrement plus répandue, la SuisselD donne satisfaction

La SuisselD est légèrement plus répandue dans le monde professionnel et sur le plan privé. Elle a gagné en notoriété, à l'instar de son site internet. La personne qui possède une SuisselD en est en principe satisfaite. Néanmoins, la part des personnes qui entendent ne pas non plus utiliser ce produit à l'avenir est en augmentation.

Nous en tirons les thèses suivantes :

Cyberadministration et stratégies de participation virtuelle, les clés de la satisfaction – Petites communes sollicitées

Il est judicieux de réagir en cohérence à tous les échelons de l'Etat, car les expériences des utilisateurs suscitent de nouveaux besoins, à savoir le besoin de prestations en matière de transactions et, du point de vue des entreprises, le recours accru aux médias sociaux ou à d'autres possibilités de participation. Les petites communes sont tout particulièrement confrontées à la nécessité de trouver des synergies pour satisfaire aux besoins qui ne cessent de grandir.

Nécessité d'élargir les possibilités d'utilisation de la SuisselD

C'est l'occasion d'élargir nettement les milieux visés par la SuisselD et de s'adresser également à ceux moins tournés vers l'innovation. Pour convaincre une clientèle plus large, il faut des offres d'utilisation plus concluantes, mais aussi plus nombreuses. Les trois niveaux administratifs sont sollicités à cet égard.

Annexe

L'équipe de gfs.bern



LUKAS GOLDER

Chef de projet senior, membre de la direction, politologue et sociologue des médias, master HE en Communication Management

lukas.golder@gfsbern.ch

Spécialisation :

analyses intégrées portant sur la communication, analyses d'image et de réputation, analyses des médias/de l'impact sur les médias, recherche sur la jeunesse/ mutations sociales, votations, élections. Modernisation de l'Etat et réformes de santé publique.

Publications dans des recueils et des magazines spécialisés, dans la presse quotidienne et sur l'internet



CINDY BEER

Cheffe de projet, sociologue

cindy.beer@gfsbern.ch

Spécialisation :

cyberadministration/cybersanté, controlling de la communication, analyses d'image et de réputation, études ad hoc, méthodes qualitatives



STEPHAN TSCHÖPE

Chef Analyse et services, politologue

stephan.tschoepe@gfsbern.ch

Spécialisation :

coordination des services, analyses de données complexes, programmations informatiques et d'enquêtes, extrapolations, analyses des partis et des structures avec agrégats, schématisation



PHILIPPE ROCHAT

Assistant de projet, politologue

philippe.rochat@gfsbern.ch

Spécialisation :

analyse de données/banques de données, programmations, analyses des médias, recherches, schématisation



CAROLE GAUCH

Assistante de projet, politologue et sociologue des médias

carole.gauch@gfsbern.ch

Spécialisation :

analyse de données, analyses des médias, recherches, schématisation



JOHANNA SCHWAB

Administration

johanna.schwab@gfsbern.ch

Spécialisation :

publication assistée par ordinateur, schématisation, gestion des projets et des présentations

gfs.bern
Hirschengraben 5
Case postale 6323
CH – 3001 Berne
Téléphone +41 31 311 08 06
Télécopie +41 31 311 08 19
info@gfsbern.ch
www.gfsbern.ch

Das Forschungsinstitut gfs.bern ist Mitglied des Verbands Schweizer Markt- und Sozialforschung und garantiert, dass keine Interviews mit offenen oder verdeckten Werbe-, Verkaufs- oder Bestellabsichten durchgeführt werden.

Mehr Infos unter
www.schweizermarktforschung.ch



**SCHWEIZER
MARKTFORSCHUNG**

Kein Verkauf - Wissenschaftlich - Anonym

gfs.bern
Menschen. Meinungen. Märkte.

Secrétariat d'Etat à l'économie SECO

Direction de la promotion économique

Politique PME

Holzikofenweg 36, 3003 Berne

Tél. +41 31 322 28 71, fax +41 31 323 12 11

www.seco.admin.ch, www.pme.admin.ch