

JEAN BAYARD – COPRÉSIDENT



CURRICULUM VITAE

Sociologue de formation, Jean Bayard œuvre dans le domaine depuis 1985 et est actuellement coprésident et associé de l'entreprise. Il assure la supervision directe et l'encadrement professionnel de l'équipe de conseillers en recherche et chargés de projet et assume la direction du bureau de SOM à Montréal.

Il mène des projets de recherche majeurs en mesure de la satisfaction de la clientèle, études d'image corporative, évaluation d'impact de programmes et de campagnes publicitaires et études de marché, notamment dans les secteurs de l'énergie, de l'emploi, de la santé et de l'environnement, du transport, des loisirs et des technologies.

Ayant accumulé au cours de sa carrière plusieurs années d'expérience en matière de mesure de l'opinion dans une grande variété de contextes, il est très familier avec les méthodologies de recherche qualitative et quantitative.

Expérience professionnelle

Coprésident – SOM inc.

1989 à ce jour

M. Bayard se joint à l'équipe de SOM en 1989 à titre de chargé de projet. À partir de 1995, il occupera successivement le poste de directeur de la recherche socioéconomique, celui de directeur de la recherche et celui de vice-président des services professionnels. Depuis l'automne 2019, M. Bayard est coprésident et associé/actionnaire de SOM.

Principales réalisations

- Gestion de l'une des maisons de sondage les plus importantes au Québec. Direction du bureau de Montréal et direction intérimaire d'un bureau régional à Chicoutimi
- Encadrement professionnel et supervision directe de l'équipe d'analystes, conseillers en recherche et chargés de projet de SOM. Formation continue de l'équipe de professionnels
- Implantation de politiques qualité issues de la norme ISO-9001 et responsable de l'élaboration des procédures qualité relatives à la conception de recherches et de sondages
- Direction des projets pour les clients ou les mandats majeurs nécessitant une expertise particulière dans la région de Montréal
- Conception et développement du site internet de SOM
- Développement du progiciel d'évaluation des coûts et de la gestion des projets de SOM

Pigiste – Agent de recherche

1984-1989

Principales réalisations

- Réalisation de mandats de recherches sociale et marketing notamment dans le secteur de la santé (Département de santé communautaire de la Cité de la santé de Laval et de l'hôpital Charles Lemoyne, CLSC Longueuil Est) et du marketing.
- Gestion d'un central téléphonique

Études et formations

Baccalauréat ès Arts (B.A.) - Sociologie
Université du Québec à Montréal, 1984

Cours de perfectionnement (8) - Mathématiques statistiques
Université du Québec à Montréal, 1985

CURRICULUM VITAE

Mandats récents illustrant la diversité et l'étendue de l'expérience accumulée dans le domaine de la recherche marketing

1. Étude d'image et de satisfaction (satisfaction des clients ayant eu un contact avec le service à la clientèle et étude d'image et de satisfaction de la population) – Hydro-Québec

Nature : Résultats basés sur près de 30 000 entrevues de 10 à 20 minutes (par année) auprès de clients résidentiels et affaires de l'entreprise. Les projets comportent des analyses statistiques et la production de nombreux rapports synthèses pour large diffusion.

Responsabilité : Chargé de projet

2. Études d'image auprès des grands détenteurs (consommateurs) – Fédération des caisses populaires et d'économie Desjardins

Nature : L'enquête permet de suivre l'évolution de l'image de Desjardins et des principaux acteurs du marché au Québec parmi les grands détenteurs, c'est-à-dire ceux qui possèdent 100 000 \$ et plus en placements. Il s'agit d'une enquête comportant plus de 500 entrevues d'une durée de plus de 20 minutes) auprès d'une clientèle à faible incidence.

Responsabilité : Chargé de projet

3. Étude auprès des visiteurs du site « Mieux consommer » d'Hydro-Québec – Hydro-Québec

Nature : Étude auprès des visiteurs de la page du micro-site internet « Mieux consommer » afin de déterminer les facteurs qui favorisent ou qui freinent le passage à l'acte, c'est-à-dire la participation à un programme d'économie d'énergie.

Responsabilité : Chargé de projet

4. Évaluation d'impact d'un événement touristique dans la région de Québec – Expocité

Nature : Évaluation de l'impact économique de l'événement Expo-Québec et de l'appréciation des visiteurs. Le projet incluait la réalisation de simulation à l'aide du modèle intersectoriel de l'institut de la statistique du Québec.

Responsabilité : Chargé de projet

5. Étude du marché allophone de la bière dans la région de Montréal – Molson

Nature : Étude approfondie des habitudes d'achats de bière et d'autres boissons alcoolisées et des comportements en matière de loisirs, divertissement, activités sportives et écoute des médias chez les consommateurs de bière masculins de 18 à 34 ans (600 entrevues de plus de 20 minutes).

Responsabilité : Chargé de projet

6. Étude des habitudes d'achats alimentaires au Québec et en Ontario – METRO

Nature : Étude des comportements des responsables des achats alimentaires en Ontario et au Québec pour différentes catégories de produits et de la satisfaction à l'égard des principales bannières. Suivis basés sur plusieurs vagues de sondage par année auprès de plus de 1 000 répondants chacune.

Responsabilité : Chargé de projet

7. Étude d'impact des campagnes ontariennes – Venmar

Nature : Évaluation de l'impact de campagnes publicitaires pour des échangeurs d'air visant le Grand public (propriétaires de résidence) en Ontario. La campagne évaluait différentes actions publicitaires à la radio, dans les médias imprimés et aux points de vente.

Responsabilité : Chargé de projet

8. Étude de satisfaction de la clientèle nord-américaine – IPL

Nature : Étude auprès d'acheteurs nord-américains de contenants de plastique sur la satisfaction à l'égard du produit et du service. L'étude utilisait une méthodologie hybride (Internet et téléphonique) pour joindre la plupart des clients majeurs de l'entreprise et identifier les aspects les plus importants pour accroître la satisfaction de la clientèle.

Responsabilité : Chargé de projet

9. Étude de segmentation du marché des enseignants – Maison d'édition de matériel scolaire

Nature : Analyse qualitative et quantitative des valeurs et des attentes des enseignants permettant de définir une typologie et les segments présentant les potentiels de marché les plus élevés.

Responsabilité : Chargé de projet

10. Étude des besoins concernant les heures d'ouverture – Succursale d'une institution financière (Desjardins)

Nature : Analyse qualitative (groupes focus) et quantitative des besoins des membres relativement aux heures d'ouverture et de l'impact de différents scénarios sur l'appréciation des clients.

Responsabilité : Chargé de projet

Quelques exemples d'autres projets de recherche marketing

- Plusieurs suivis de satisfaction de clientèle et études d'image pour le compte de Metro, Gaz-métropolitain, Télébec, l'hôpital Maisonneuve-Rosemont, Aéroports de Montréal, la STCUM, l'Agence métropolitaine de transport (AMT), DOMTAR, Radio-Canada, l'Orchestre symphonique de Montréal, l'Opéra de Montréal, Télé-Québec, Université du Québec à Chicoutimi, etc.
- Évaluation de l'impact ou du potentiel de plusieurs programmes commerciaux favorisant les économies d'énergie (Initiatives industrielles, diagnostic énergétique Mieux consommer, Thermostats électroniques, minuteriers de piscines, pommes de douche économes, produits économiseurs, enveloppe thermique des bâtiments, programme « Notre propre énergie », etc.) dans les secteurs résidentiels et CII, notamment pour le compte de Hydro-Québec
- Projets de recherche auprès du personnel (étude de satisfaction, évaluation 360, évaluation de programmes qualité ou de produits commerciaux) pour le compte de Hydro-Québec, de la STCUM, la Société des alcools du Québec
- Sondages menés par Internet pour le compte de la Direction ressources humaines Canada (évaluation 360), Pratt & Withneys (satisfaction du personnel), L'Oréal (clients), la SAAQ (site), la Commission des normes du travail (site), Venmar (site), Hydro-Québec, etc.
- Groupes de priorisation (GPS) pour le compte de Desjardins, de la Ville de Montréal, de CLSC, du ministère des Relations avec les citoyens et de l'Immigration
- Évaluation de la notoriété ou de l'impact d'événements ou d'organismes culturels ou touristiques pour le compte de l'Orchestre symphonique de Montréal, l'Opéra de Montréal, la fabuleuse histoire d'un royaume (Ville de La Baie), Hydro-Québec (festival de Lanaudière), le salon Bienvenue Québec, Expo-Québec, le Festival international des musiques militaires
- Étude de segmentation et de profil de marché pour : les bières de micro-brasseries (Unibroue), les enseignants de niveau collégial (valeurs et segmentation, maison d'édition), le marché résidentiel et d'affaires des matériaux de construction (matériaux Coupal)

- Étude de positionnement pour le compte d'Agropur (clients majeurs), DOMTAR (imprimeurs), le Groupe GTC (journal Les Affaires), Radio-Canada- STATPLUS (bulletins de nouvelles), Métro (marques privées, image)
- Enquêtes touchant les technologies par exemple pour l'évaluation du potentiel de marché pour une école virtuelle (Francomedia), pour un test d'un système automatisé de reconnaissance de la voix en français (Nuances USA), pour l'évaluation du potentiel de marché de la domotique auprès de participants à une expérience pilote, pour la vigie de l'offre de produits (fabricants) domotiques pour l'évaluation par des experts d'un site de simulations financières (AGCD)

CURRICULUM VITAE

Quelques mandats illustrant la diversité et l'étendue de l'expérience accumulée concernant la recherche sociale

1. Étude sur l'accessibilité et la continuité des services de santé à Montréal et en Montérégie – Agences de développement des réseaux locaux de services de santé et de services sociaux de Montréal et de la Montérégie

Nature : Vaste enquête téléphonique comportant la réalisation de 9 200 entrevues de plus de 20 minutes portant sur les services reçus pour les soins de santé de première ligne (cliniques, médecins de famille, généralistes ou omnipraticiens, etc.) sur l'île de Montréal et en Montérégie. L'étude a été réalisée en 2005 avec un taux de réponse supérieur à 60 %. Cette étude était le premier volet d'un vaste projet visant à mieux comprendre les façons d'organiser les soins de première ligne qui sont associées à une meilleure accessibilité et continuité des services pour la population.

Responsabilité : Chargé de projet

2. Étude sur la gestion de la diversité – Confidentiel

Nature : Étude auprès du personnel (plus de 3 000 entrevues par internet, par la poste et par téléphone auprès des cadres et des employés) d'une grande entreprise sur les perceptions et l'ouverture à l'égard de l'intégration de groupes « minoritaires » (femmes dans des emplois non traditionnel ou des postes cadres, minorités ethniques, minorité visibles, personnes handicapées, etc.) en milieu de travail.

Responsabilité : Chargé de projet

3. Étude des perceptions en matière d'environnement – Secrétariat des Premiers ministres de l'Est du Canada et des gouverneurs de la Nouvelle-Angleterre

Nature : Étude comparative des perceptions des Ontariens, des Québécois, des habitants des Maritimes et des Américains du Nord-Est en matière d'environnement. Les résultats étaient basés sur plus de 3 000 entrevues.

Responsabilité : Chargé de projet

4. Études des besoins en matière de main-d'œuvre – Emploi-Québec

Nature : Enquête auprès des entreprises de la région de Laval sur les difficultés d'embauche, l'embauche additionnelle et les besoins de formation (plus de 5 000 entreprises consultées).

Responsabilité : Chargé de projet

5. Enquête sur les groupes linguistiques – Office québécois de la langue française

Nature : Sondage auprès de 4 800 Québécois de langue maternelle française (1/3), anglaise (1/3) et autres (1/3) sur l'utilisation des langues ainsi que sur l'exposition et les relations avec les autres groupes linguistiques.

Responsabilité : Chargé de projet

6. Étude sur les perceptions à l'égard des milieux naturels – Ville de Montréal

Nature : Étude auprès des citoyens sur l'importance accordée à la préservation des milieux naturels sur l'Île de Montréal et en périphérie et sur l'assentiment des résidents à contribuer financièrement à leur protection.

Responsabilité : Chargé de projet

7. Évaluation d'un programme d'efficacité énergétique visant les équipements et procédés industriels (Initiatives industrielles) – Hydro-Québec

Nature : Évaluation d'un vaste programme d'efficacité énergétique visant à favoriser l'adoption d'équipements industriels plus efficaces d'un point de vue énergétique (jusqu'à 300 000 \$ de subvention par client). Le projet d'évaluation impliquait la réalisation de plusieurs types de collecte de données (entrevues en profondeur, sondages, groupes de discussion) afin de déterminer les économies générées par le programme et de formuler des recommandations pour améliorer son efficacité. Une firme d'ingénieurs québécoise (Génivar) et deux firmes d'experts américaines en évaluation de programme d'efficacité énergétique (RLW et TechMarket Works) formaient l'équipe placée sous la coordination de SOM.

Responsabilité : Chargé de projet, maître d'œuvre du projet

8. Études sur la conciliation famille et travail – Ministère de l'emploi, de la solidarité sociale et de la famille

Nature : Enquête auprès des jeunes de 8 à 14 ans et de leurs parents sur la conciliation entre la famille et le travail, sur les mesures pour la faciliter et sur les perceptions à l'égard de la réponse aux besoins des enfants en ce qui a trait au temps passé avec les parents.

Responsabilité : Chargé de projet

9. Évaluation des perceptions des Québécois à l'égard de l'obésité – Association pour la Santé publique du Québec

Nature : Enquête auprès de 1 000 Québécois portant sur la perception qu'ils ont de leur poids et sur leur niveau d'accord avec différentes politiques de santé publique visant à contrer le phénomène de l'obésité.

Responsabilité : Chargé de projet

10. Étude sur le service Info-santé – Réseau communautaire de santé et de services sociaux (CHSSN)

Nature : Vaste enquête auprès de plus de 10 000 ménages québécois portant sur la notoriété du service Info-Santé et sur le niveau de satisfaction à son égard. L'enquête comportait un échantillon important d'anglophones puisqu'on voulait connaître les écarts de perception entre les communautés francophones et anglophones. Le projet comportait aussi une mesure du temps de réponse et la réalisation de groupes de discussion.

Responsabilité : Chargé de projet