

Pour usage immédiat - Communiqué de presse - 17 novembre 2020

Mind the Gap : les entreprises marocaines s'efforcent de respecter les mesures visant à donner aux clients le sentiment d'être en sécurité contre la Covid

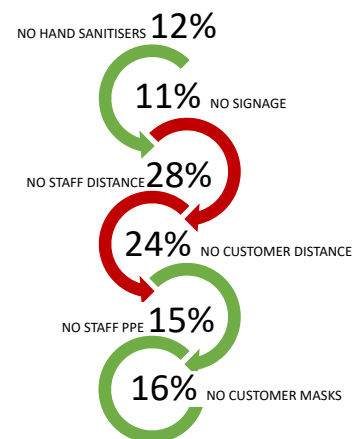
Les entreprises et les clients continuent de se battre pour respecter les protocoles de sécurité du Covid-19, lesquelles ont un impact sur la sécurité et les résultats des ventes. C'est ce qui ressort d'une enquête menée par MSPA Europe/Afrique en novembre 2020.

L'enquête a évalué les expériences du grand public lors de sa visite dans 79 lieux en novembre, allant des supermarchés et des banques aux pharmaciens et aux stations-service, en passant par les restaurants. Sur la base des principes de prévention de la transmission du Covid-19, les résultats ont été répartis en fonction des performances en matière de désinfection, de signalisation, de distanciation sociale du personnel et des clients, d'équipement de protection pour le personnel et de masques pour les clients. Les répondants ont été interrogés sur le sentiment de sécurité qui en résulte et sur la probabilité de retourner dans les lieux qu'ils ont visités.

Les résultats montrent des niveaux mitigés de conformité aux directives internationales, avec un impact potentiel sur la santé et un impact certain sur la confiance des consommateurs et les niveaux de recommandation.

Malgré de bons résultats dans certains domaines, **28 % du personnel n'a pas respecté les directives en matière de distance sociale et 24 % des sites ont enregistré des cas de non respect de distance sanitaire par les clients.** Les clients et le personnel ignorent souvent les mesures de sécurité et les entreprises doivent réfléchir à ce qu'elles doivent faire pour les faire respecter là où elles le peuvent, la signalisation ne suffit pas toujours.

Il y a un comportement essentiel qui doit être encouragé, tant du point de vue de l'employé de première ligne que de celui du client.



Stefaan Vandrogenboeck, président de la MSPA Europe/Afrique a commenté : "Toutes ces mesures sont directement sous le contrôle des entreprises et des clients. Il faut donc maintenir les efforts pour que les clients se sentent en sécurité sur leur lieu de travail. Cela ne peut se faire qu'en formant les personnes en première ligne et en contrôlant régulièrement chaque site. La sécurité reste la priorité numéro un des clients dans un avenir prévisible, et les entreprises qui la maintiennent au premier plan de leurs activités résisteront à cette tempête".

Pour plus d'informations sur l'enquête, consultez notre site web à l'adresse www.mspa-ea.org

Fin.

###

La MSPA est l'association professionnelle représentative des entreprises participant à l'industrie des visites mystères. L'association opère sur une base régionale et compte plus de 500 entreprises membres dans le monde entier. Les entreprises membres s'unissent en tant qu'organisme commun dans le but de renforcer l'industrie des visites mystères par des efforts et des actions combinés. Les organisations du monde entier ont recours aux visites mystères pour surveiller les performances des entreprises au point de contact avec les clients, améliorer les points faibles et identifier les points forts.

L'enquête ci-dessus a été réalisée du 26 octobre au 13 novembre 2020 et est diffusée sur une sélection d'autres marchés internationaux. Plus de détails sont disponibles sur notre site web.

Informations de contact :

Association des professionnels des visites mystères Europe/Afrique

Nicky Alkemade

Directeur exécutif

info@mspa-ea.org

europe@mysteryshop.org

www.mspa-ea.org