

► Marketingscan

Les caddies des Poitevins à la loupe

Après Angers et le Mans, Marketingscan a choisi de s'installer à Poitiers pour tester des produits de grande consommation. Cet institut d'études de marché fera appel à 3 000 consommateurs poitevins pour ses enquêtes.

Les fabricants des produits de la grande distribution rivalisent d'imagination pour nous inciter à consommer : nouveaux parfums, emballages attrayants, publicités chocs... Mais sommes-nous sensibles à ces nouveautés ? Et, influencent-elles nos choix ? En faisant de Poitiers sa troisième ville test après Angers et le Mans, c'est ce que cherche à savoir *Marketingscan* pour les fabricants industriels.

Créé en 1994, cet institut d'études de marché, filiale de Médiamétrie, leader de la mesure d'audience en France, et de GFK AG, second groupe européen d'études de marché, est spécialisé dans le marché-test. « *Il s'agit de tests grandeur nature* », explique Mathieu Jolly, directeur marketing de *Marketingscan*. « *Ils permettent aux industriels d'évaluer l'avenir de leurs produits en les proposant en amont aux consommateurs dans les rayons de l'ensemble des grandes surfaces de la zone testée. Selon l'accueil qui leur est réservé, les produits seront ou non distribués en France et en Europe.* »



Marketingscan a choisi Poitiers comme troisième ville test.

Pour évaluer les attentes des consommateurs, *Marketingscan* fait appel à un panel. « *Pour le marché-test de Poitiers, nous venons de débiter le recrutement par l'envoi d'un courrier à 21 000 foyers poitevins. L'objectif est d'en retenir 3 000 qui seront représentatifs de la population française.* » Chaque panéliste sera muni d'une carte magnétique qu'il devra faire valider à chaque passage en caisse. « *Les panélistes ne connaîtront pas les produits testés. Ils feront leurs courses normalement.* » Le contenu du chariot sera ensuite analysé par l'institut. En contrepartie, les consommateurs du panel seront remerciés par des petits cadeaux type bons d'achat, places de cinéma...

A la question « *Pourquoi Poitiers?* », Mathieu Jolly assure que « *la représentativité naturelle de sa population par rapport à la population nationale et la présence sur son territoire des principales enseignes d'hyper et supermarchés* » ont beaucoup compté. Pour mener à bien ses études, *Marketingscan* installera un bureau à Poitiers et devrait recruter 7 personnes. L'institut souhaite mener chaque année 4 à 5 tests de produits.

Ph. Q.

**Vous souhaitez devenir panéliste, contactez *Marketingscan* :
0811 465 724 - www.lepanel.com**