

## Communiqué de presse

Mai 2016

# MarketingScan et iligo poursuivent leur partenariat avec le lancement d'InnoImpact, un test d'innovation produit en situation réelle d'achat

---

Quelques mois après le lancement de PackImpact, MarketingScan, institut d'études expert des tests en conditions réelles, et iligo, agence spécialisée dans l'étude des comportements shoppers, poursuivent leur association avec une solution tout aussi novatrice de test d'innovation produit : InnoImpact.

Cette solution InnoImpact permet de mesurer rapidement l'efficacité d'une nouvelle offre produit en linéaire, d'identifier son émergence et son impact sur les consommateurs en s'appuyant sur le même parti pris méthodologique fort et inédit : réaliser cette mesure en situation réelle d'achat.

- Dans de vrais magasins
- Sur le lieu même de l'acte d'achat
- Au moment de vérité de la prise de décision d'achat
- Après de vrais consommateurs et acheteurs de la catégorie

Au sein d'un point de vente, un groupe de clients du magasin est exposé au linéaire dans lequel l'innovation a été introduite, un autre groupe de clients est exposé au linéaire sans la présence de l'innovation. La mesure porte alors sur une autre gamme de la marque ou d'un produit concurrent cible.

Deux modalités d'exposition sont possibles : directement face au linéaire dans lequel des prototypes de l'innovation produit ont été implantés ou par le visionnage de celle-ci sur une tablette, au cœur du rayon considéré.

Les deux groupes répondent alors à un questionnaire administré in situ afin de mesurer des métriques clés comme la reconnaissance de la marque, l'attractivité visuelle, la compréhension, l'agrément, la différenciation, les bénéfices associés, l'incitation à l'achat, la persuasion...

## Un outil d'aide à la décision qui offre aux marques les avantages et la fiabilité de la situation réelle du shopper !

En s'appuyant sur les mêmes certitudes que la solution PackImpact, InnolImpact est également conçue pour offrir aux marques les avantages du réel... sans y adjoindre les contraintes : une solution « En vrai » qui marque sa différence avec les approches « Comme si » proposées actuellement sur le marché.

- **Flexible**, la solution peut être activée sans même disposer de produits finalisés grâce à l'utilisation de prototypes ou à la visualisation sur tablette.
- **Réactive**, InnolImpact permet de décider rapidement sur la base de résultats disponibles une semaine après la fin du terrain d'enquête.

« Renforcée, s'il était besoin, par notre expérience avec la solution PackImpact, notre conviction est qu'être au plus près du moment d'achat, en situation d'engagement d'une dépense avec son propre argent et pour sa propre consommation, est clé dans une mesure faite auprès du shopper. » résume Olivier Goulet, Président d'iligo.

**La solution InnolImpact vous intéresse ?** N'hésitez pas à nous contacter : [fabien.vital@marketingscan.com](mailto:fabien.vital@marketingscan.com) ou [pauline.lermigeaux@iligo.fr](mailto:pauline.lermigeaux@iligo.fr)

## A propos de MarketingScan

MarketingScan, société spécialisée dans la grande consommation, accompagne les industriels, les distributeurs, les agences média et les régies publicitaires dans l'aide à la décision fondée sur les données de consommation et de vente.

Son expertise porte sur deux domaines clefs : le test produit (Innovation, packaging) et la mesure d'efficacité des actions marketing (mix media, merchandising, promotion), en situation réelle de distribution et d'acte d'achat.

MarketingScan s'appuie sur des sources de données et des dispositifs uniques et complémentaires :

- Son panel single source media/conso déployé sur 4 agglomérations représentatives de la consommation française.
- Les données de ventes des Hypers et Supers de ces mêmes zones de chalandise couvrant plus de 600 000 habitants.
- Les données nationales des 16 millions de cartes de fidélité des clients Auchan, Système U et Cora.

MarketingScan dispose ainsi de solutions uniques de tests et de mesures, ancrées dans le réel, permettant de valider chaque étape de la vie des produits.

Crée en 1994, MarketingScan est détenue à 50/50 par Médiamétrie, leader de la mesure d'audience en France, et GfK, 4ème groupe mondial des études de marché.

Pour plus d'informations, visitez notre site web : <http://www.marketingscan.fr>

Facebook : <http://www.facebook.com/MarketingScanFr>

Twitter : <http://www.twitter.com/#!/MarketingScanFr>

LinkedIn : <http://www.linkedin.com/company/2770881>

## A propos d'iligo

iligo est une agence d'études et de conseil spécialisée dans la mesure de l'ensemble des leviers marketing et dans la connaissance des comportements des individus, notamment en liaison avec les nouvelles technologies.

Pour mieux appréhender ces enjeux nouveaux et pour mieux y répondre, iligo se définit comme une Research Agency.

Research car pour analyser et anticiper les tendances émergentes, il s'agit d'être opérationnel en s'appuyant sur des données et des observations fiables, tant quantitatives que qualitatives.

Agency car il s'agit de s'appuyer sur ce savoir-faire méthodologique pour aboutir à des enseignements opérationnels et stratégiques. Un parti pris qui permet de faire de nos études de véritables aides à la prise de décision.

Les domaines d'expertise d'iligo sont :

- Parcours d'achat (expérience de marque, points de contact)
- Optimisation des parcours consommateurs en point de vente (physique ou digital)
- Mesure de l'efficacité des points de contact média et hors media
- Mesure de l'efficacité des points de contact digitaux
- Test d'innovation, de développement produit et packaging
- Identification des drivers de choix, Trade Off
- Compréhension des attentes et des comportements
- Mesure de la satisfaction

Pour en savoir plus, visitez notre site web : <http://www.iligo.fr/>

Facebook : <https://www.facebook.com/iligo/>

Twitter : [https://twitter.com/iligo\\_research](https://twitter.com/iligo_research)

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/iligo>