



Communiqué de presse

Juin 2025

Avec Real Shop Forecast, MARKETINGSCAN dévoile une approche inédite alliant la puissance de la modélisation augmentée par la réalité des ventes en magasin.

Fort de plus de 30 ans d'expertise dans l'évaluation des innovations testées en conditions réelles, **MARKETINGSCAN**, institut d'études référent en grande consommation, enrichit son offre avec une **modélisation prédictive unique sur le marché**.

Objectif : fiabiliser l'estimation du potentiel d'une innovation sur 12 mois et piloter avec précision le lancement

Cette nouvelle solution vient prolonger les enseignements du test en conditions réelles — ADN historique de MARKETINGSCAN — en modélisant les performances attendues de l'innovation selon différents paramètres de soutien du lancement : accompagnement média, activation promotionnelle, niveau de distribution visé.

Une approche différenciante qui s'appuie sur des données issues du réel :

Le produit nouveau est **placé en rayon dans de véritables magasins, exposé à la concurrence réelle, et acheté par de vrais consommateurs**. Ces données issues d'achats effectifs permettent de constater l'attractivité de l'innovation et les dynamiques de réachat **dès les premières semaines de vie en rayon**.

Résultat : une projection des volumes sur l'année 1 du lancement, à la robustesse inégalée, construite sur des comportements d'achat observés et non supposés.

« Les directions marketing ont aujourd'hui besoin de sécuriser leurs décisions stratégiques face à des cycles d'innovation de plus en plus tendus et à un consommateur confronté à de nombreuses influences lors de la transformation de l'achat en point de vente. Grâce à cette solution, nous leur apportons **une quantification fiabilisée du potentiel de leur innovation selon les moyens activés**. C'est une vraie aide à l'arbitrage business », souligne Florence Bartolomucci, Directrice Générale Adjointe de MARKETINGSCAN.



Minimiser les risques, maximiser l'efficacité marketing

Cette solution s'adresse aux industriels de la grande consommation désireux de **minimiser les risques industriels inhérents au lancement d'une innovation** et **d'optimiser leur plan de lancement dès la phase de pré-commercialisation**. En combinant **la précision incontestable d'un test en conditions réelles à la puissance d'un modèle de projection**, MARKETINGSCAN propose une approche prédictive augmentée, inédite sur le marché, **au service de la performance des marques**.

À propos de MarketingScan

MarketingScan est une filiale détenue par Médiamétrie et GFK, a NielsenIQ compagny.

MarketingScan, société spécialisée dans la grande consommation, accompagne les annonceurs, les agences media 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 (media, CRM, merchandising, promotion), en situation réelle d'achat.

MarketingScan s'appuie sur une grande variété de Data et des dispositifs uniques et complémentaires :

- Données nationales issues de cartes de fidélité de plusieurs enseignes
- Données de ventes et d'achats des Hypers et Supers de 3 zones tests représentatives
- Capacité de tester des plans media alternatifs, grâce à son studio TV unique

Pour en savoir plus : www.marketingscan.fr
LinkedIn **MarketingScan**