

Angers. La ville-test passe à l'ère du digital

Grâce à sa structure socio-démographique, proche des moyennes nationales, Angers est, depuis 20 ans, l'un des terrains de prédilection des marques pour les études de marché. Comment les entreprises du secteur s'adaptent-elles au virage numérique ?

MarketingScan, filiale de Médiamétrie, leader de la mesure d'audience en France, et du groupe GFK, 4^e institut d'études de marché au monde, s'est installée dès 1995 à Angers, pour en faire l'une de ses zones test. « En plus d'être représentative de la population française, la ville d'Angers offre aussi une densité et une variété d'enseignes de grande distribution suffisantes pour rendre nos tests les plus adéquats possibles », explique Fabien Vital, directeur du développement commercial et de la communication de l'entreprise, qui compte 30 salariés à Angers. Mesure de l'efficacité d'un nouveau spot publicitaire télévisé, introduction d'un nouveau parfum de yaourt ou d'une nouvelle formule de lessive, mais aussi analyse de l'impact des publicités sur les tablettes et les smartphones : tous les tests semblent possibles. Y compris sur le volet numérique ? « De plus en plus de clients ont des demandes liées au marché en ligne, et notamment à l'impact des campagnes publicitaires digitales, indique Fabien Vital. C'est donc un axe important de notre activité de R&D actuellement. Nous travaillons à proposer des solutions à nos clients et sommes en train de nous adapter à ces évolutions technologiques, comme nous le faisons depuis les années 90 dans ce marché qui ne cesse de changer ! »

Nouveaux usages, nouvel acteur

Nouvelle venue sur le marché angevin, née en juillet 2014, City Panel n'a pas eu besoin de s'adapter à l'ère digitale. La petite entreprise de cinq salariés est un institut d'études spécialisé dans le secteur du numérique. « Nous avons développé une plateforme communautaire, sur laquelle les gens qui participent aux études s'inscrivent directement, leur lieu de résidence étant vérifié grâce à leur adresse IP, développe Julien Fillaud, directeur associé de City Panel. Une fois le profil vérifié, la gestion des sondages se fait ensuite via la plateforme, sauf pour les études qualitatives, pour lesquelles nous rencontrons le panel. Nous visons aussi bien des start-up qui veulent tester une application auprès d'un panel d'utilisateurs que des grands comptes ayant un projet innovant lié au numérique. »

Un ancrage local toujours d'actualité

City Panel met en avant son ancrage angevin dans sa stratégie de communication, face à ses concurrents faisant du sondage en ligne dans toute la France : « Que la ville soit un territoire privilégié pour les études de marché est une vraie opportunité pour nous, d'autant plus lorsque nous discutons avec des entreprises américaines, à Austin, ville jumelle d'Angers. Pour elles, un test d'application effectué ici peut constituer une porte d'entrée sur le marché français, voire européen. » Fabien Vital confirme l'analyse : « Nous travaillons en partenariat avec Google et Facebook qui nous permettent de mener des tests géolocalisés. L'ancrage local fait toujours sens, puisqu'Angers fait office de laboratoire grandeur nature pour mesurer les retours sur investissements des campagnes publicitaires, y compris dans le digital. » Avec l'ouverture de la Cité de l'objet connecté, il y a fort à parier que cette alliance entre ville-test et lieu-phare du développement du numérique français soit un bel atout pour ces entreprises.