

Le 10 juin 2010

## **Asterop, IRI France et Kantar Worldpanel lancent une solution inédite pour comparer l'offre et la demande dans les bassins locaux de distribution**

**Grâce à cette nouvelle offre conjointe, industriels et distributeurs de la Grande Consommation pourront adapter localement leurs offres à la demande et détecter de nouvelles opportunités de croissance sur la base des opérations réelles de vente.**

Asterop, spécialiste du géomarketing décisionnel, IRI France, un des leaders mondiaux des études de marché, et Kantar Worldpanel, leader mondial des panels consommateurs, annoncent la signature d'un partenariat. L'objectif commun de ces trois acteurs est de mettre à la disposition des distributeurs et industriels PGC des données réelles de vente, des panels de consommateurs ainsi que des outils de modélisation et de calcul de potentiels de consommation, afin de comparer demande et offre sur 350 bassins locaux de consommation.

Le partenariat entre Asterop, IRI France et Kantar Worldpanel vient apporter une réponse à deux enjeux majeurs des industriels et des distributeurs :

- l'adaptation des offres de chaque point de vente aux attentes et exigences des consommateurs de sa zone de chalandise ;
- l'estimation du potentiel de croissance sur ces mêmes zones, par gamme de produit ou par point de vente, afin de détecter des opportunités non encore identifiées.

L'association inédite des trois meilleurs spécialistes dans leur domaine va permettre, pour la première fois, de confronter des données réelles avec des potentiels de ventes, et de conduire des analyses à un échelon très fin – celui des 350 bassins définis par IRI France.

Les trois partenaires joindront leurs savoir-faire pour constituer une base de données qui réunira

- les 350 bassins d'analyse IMDS d'IRI France et son panel de distributeurs InfoScan Census® qui inclut les données de vente réelles de la distribution en GSA,
- Les données individuelles de comportement d'achat des 20 000 consommateurs Worldpanel de Kantar WP,
- le savoir-faire d'ASTEROP en matière de modélisation des potentiels de consommation au niveau local et la technologie Asterop, permettant grâce à des outils de restitution en mode bureautique ou web, d'analyser les résultats de cette offre.

Avec cette offre, les industriels compareront, sur chaque zone, les ventes et la demande de leurs produits et en détermineront les gammes optimums.

Les distributeurs exploiteront ces données pour identifier les rayons à fort potentiel au niveau local comme au niveau de l'ensemble de leur réseau, et pour planifier les actions commerciales et marketing adaptées.

Pour plus d'information, contactez :

### **Asterop**

Lionel Maisonneuve  
01 56 62 25 30

[Lionel.maisonneuve@asterop.com](mailto:Lionel.maisonneuve@asterop.com)

### **IRI France**

Fabrice Phelep  
01 30 06 26 65

[imds@infores.com](mailto:imds@infores.com)

### **Kantar WorldPanel**

Isabelle Kaiffer  
01 30 74 81 66

[isabelle.kaiffer@kantarworldpanel.com](mailto:isabelle.kaiffer@kantarworldpanel.com)

=====

### **A propos d'Asterop - [www.asterop.com](http://www.asterop.com)**

Asterop, spécialiste du géomarketing décisionnel, met à la disposition de ses clients des solutions et des données métiers dédiées au marketing stratégique des entreprises à réseaux de vente ou de distribution. La société développe et commercialise des services de géomarketing en ligne (SaaS), des données à haute valeur ajoutée et une plate-forme technologique et méthodologique.

Les applications décisionnelles, opérationnelles et stratégiques d'Asterop permettent d'éclairer les stratégies de développement de tous les acteurs du commerce, de la distribution, des médias, de la banque/assurance, de la grande consommation et le secteur public.

### **A propos d'IRI - [www.informationresources.fr](http://www.informationresources.fr)**

IRI (Information Resources, Inc.), est un des leaders mondiaux des études de marché, qui intervient dans les domaines du marketing, des ventes, de la publicité, des promotions, de la logistique, du merchandising et du comportement d'achat en magasin auprès de 95 % des plus importantes entreprises du secteur des PGC. (Classement FORTUNE 500).

Grâce à sa capacité unique à réunir données de ventes, analyses, expertise software et conseil, IRI délivre l'information essentielle à la compréhension des marchés de Grande Consommation. Ses solutions guident ses clients, Industriels et Distributeurs, dans l'optimisation de leurs actions.

### **A propos de Kantar Worldpanel – l'inspiration haute définition™ - [www.kantarworldpanel.com](http://www.kantarworldpanel.com)**

Nous sommes le leader mondial des panels de consommateurs en continu. Notre équipe de conseils apporte à nos clients dans les différents pays où nous sommes présents une expertise dans la compréhension du comportement des consommateurs, aussi bien dans ce qu'ils achètent, ce qu'ils utilisent, que dans leurs attitudes au-delà de leur comportement. Nous apportons à nos clients des analyses approfondies ainsi que des conseils et recommandations personnalisés et spécialisés.

Nous utilisons les techniques de collecte d'informations les plus récentes et les plus adaptées à chaque secteur que nous étudions. Nous ne nous limitons pas aux produits de grande consommation, nous possédons une large gamme de panels dans des secteurs aussi différents que les loisirs, les communications, le carburant, la mode, ou les produits de beauté.

Notre expertise s'appuie sur des informations quantitatives solides – informations devenues la référence du marché. Mais nous sommes bien plus qu'une société gérant des panels de consommateurs.

C'est l'usage que nous faisons des données de ces panels qui nous distingue. Nous offrons à nos clients des analyses, des prévisions, des conseils, qui leur apportent une réelle différence dans leur façon d'appréhender leur marché et dans leur prise de décision pour action.

Depuis plus de 40 ans, nous aidons petites et grandes entreprises – industriels, fabricants, distributeurs et organismes professionnels dans le secteur des produits de grande consommation (PGC) et au-delà – à bâtir leurs stratégies de marque et leur marketing opérationnel, à comprendre le comportement des acheteurs en magasin, ou à explorer des territoires nouveaux et des opportunités pour le futur.

Nous sommes présents dans plus de 50 pays, directement ou par l'intermédiaire de nos partenaires, et nous bénéficions d'une position de leader dans la majorité d'entre eux. Cette large présence nous permet d'offrir un service global, au niveau régional ou mondial, mais également au niveau local. Kantar Worldpanel était précédemment connu sous le nom de TNS Worldpanel.

### **A propos du Groupe Kantar - [www.kantar.com](http://www.kantar.com)**

Kantar Worldpanel fait partie du Groupe Kantar, leader mondial en matière de veille, d'analyse et d'information à valeur ajoutée. Avec un réseau mondial inégalé de 20 marques leaders dans leurs métiers, une présence dans 80 pays, 26 500 collaborateurs, Kantar propose à ses clients une palette inédite d'expertises couvrant l'ensemble du cycle de consommation. Le Groupe Kantar travaille avec la majeure partie des entreprises figurant au Fortune Top 500. Kantar est une division du Groupe WPP.