

Trophées Marketing 2020 : l'or pour Toluna & Harris Interactive et leur client Danone

A l'occasion de la 16^{ème} édition des Trophées Marketing, Toluna, Harris Interactive et leur client Danone ont reçu l'or dans la catégorie **ETUDE** pour le projet :

« Magic Box »

Cette solution unique d'évaluation de la performance produits et innovations élaborée avec le Groupe Danone à l'échelle mondiale révolutionne les tests de produits en les rendant plus agiles, plus rapides et plus économiques, pour en faire un véritable levier de croissance.



Afin de répondre à la promesse « **d'apporter la santé par l'alimentation au plus grand nombre** » : Danone, One Planet. One Health, le Groupe Danone se doit de **proposer des produits à valeur ajoutée** et **d'adapter en permanence son portefeuille aux besoins des consommateurs à travers l'innovation**. Danone souhaitait donc **faire évoluer et raccourcir ses cycles d'innovation, et adopter des protocoles d'aide à la décision agiles et automatisés**.

Dans ce contexte le **Groupe Danone a revu son protocole NPd pour adopter une démarche centralisée, agile, systématisée et économique**, afin d'optimiser le recueil de l'évaluation produit et de construire rapidement une nouvelle base de données de référence comparables entre les pays afin de benchmarker la performance de leurs produits et statuer sur le devenir de leurs innovations.

Le groupe Toluna (Toluna & Harris Interactive) a été consulté et **choisi pour sa capacité à proposer une nouvelle vision des tests de produits dits 'nouvelle génération', capables de délivrer des insights de qualité avec agilité et pour des budgets optimisés**.

Toluna et Harris Interactive, une combinaison de compétences uniques sur le marché :

- La **puissance d'un panel mondial de 30 millions de membres** engagés dans 70 pays,
- Alliée à une **plate-forme technologique innovante d'études on line**, intégrant un protocole automatisé et standardisé de tests de produits, et des livrables/dashboards

décisionnels temps réels pour des comparatifs mondiaux (KPI, benchmark, fiche identitaire produit...).

- Le tout combiné à une **expérience de 20 ans dans la réalisation de tests de produits** grande consommation, permettant d'opérer des prises de décisions éclairées et rapides.

Le **protocole de test a été designé conjointement** entre l'équipe S&I Global de Danone, en charge du projet en interne, **et une équipe mixte Toluna-Harris Interactive** alliant l'expertise métier et sectorielle de Harris Interactive avec la technologie et la capacité panel globale de Toluna.

Ce projet piloté par l'équipe globale S&I a été présenté comme un *must have* à toutes les entités Danone et porte le nom de projet **Magic Box**. Il correspond **partout dans le monde au même protocole de test de produits** : à domicile réalisé en ligne, en monadique, auprès de cellules de 160 répondants / produit, matérialisé par le même output opérationnel et décisionnel.

Toluna est chargé du **management du projet en direct avec les pays**, du recrutement des consommateurs à la livraison des données, sous forme d'un mapping stratégique de positionnement des produits (le Magic Box mapping) et du **développement d'un outil de reporting en ligne automatisé**.

Le **Magic Box mapping** est aujourd'hui un **outil qui permet à Danone d'identifier les produits gagnants** du marché des produits laitiers, mais aussi **d'identifier ceux qui ont besoin de rénovation** pour être compétitifs sur le marché.

Un protocole innovant pour optimiser et accélérer les tests de produits

- Une **méthode et des process standards** pour tester les produits existants dans le monde entier
- Un **projet entièrement online**, du recrutement au recall. Via des instructions spécifiques pour que les participants se procurent le produit à tester
- Une **gouvernance centralisée** et des **relais locaux**
- Une **plateforme centrale** pour fournir les résultats
- Un **accompagnement tout au long du projet**

Un protocole qui répond aux besoins de Danone

- Des **timings optimisés** par rapport aux tests de produits classiques
- La **construction d'une base de tests conséquente**, identique partout dans le monde,
- Des éléments de compréhension et d'optimisation potentielle pour les produits testés
- Un **livrable puissant** utilisable en totale autonomie par les équipes Danone pour consulter, analyser, construire leurs propres rapports
- Un **socle méthodologique et technologique déclinable et adaptable** à d'autres cibles, d'autres produits

« Magic Box est notre méthode de référence pour veiller à constamment élever la supériorité de notre portefeuille de produits. C'est un outil qui nous aide dans notre façon de travailler à travers les différentes géographies, de définir nos ambitions et de prendre les bonnes décisions pour pouvoir répondre aux attentes des consommateurs et leur donner ce qu'ils souhaitent ».

Julie Lecuyer – Global Head of Strategy & Insights for the Dairy & Plant-Based Division – Groupe Danone

Pour plus d'informations sur ce projets, vous pouvez contacter Benoit Rolland – brolland@harrisinteractive.fr ou Elisabeth Candau – elisabeth.candau@toluna.com