



attitudes et marques

STRATEGIE ■ COMMUNICATION ■ MARKETING OPERATIONNEL

L'OMNIBIO

*Parce que vous vous posez certainement
des questions sur vos marques
et souhaiteriez connaître l'avis de vos clients ...*

DECEMBRE 2018



Imaginée et lancée en novembre 2014 par Attitudes et Marques, l'Omnibio est la première étude Omnibus réalisée auprès des consommateurs actifs du circuit spécialisé bio :

Qu'est-ce que l'Omnibio ?

Différentes questions posées, par différents souscripteurs, regroupées sur une même vague d'enquête :

- **Une cible commune** : les personnes déclarant fréquenter un magasin spécialisé bio au moins 5 à 6 fois par an,
- **Un échantillon puissant** : 500 interviews représentatives sur quotas,
- **Un mode de recueil qui a fait ses preuves** sur ce type d'enquête : le questionnaire auto administré en ligne qui garanti la sincérité des réponses et offre la possibilité d'intégrer tout contenu multimédia,,
- **Une méthodologie financièrement attractive** : un partage des coûts terrain et logistique entre les différents utilisateurs,
- **Une tarification dégressive**, à la question,
- **Deux vagues par an**,
- **Une périodicité fixe** : juin et décembre

Le moyen de sonder votre public sur ... (exemples)

- **Le positionnement de votre marque dans son univers concurrentiel** : notoriété, image ...
- **Les comportements et les attitudes** à l'égard de votre marque
- **L'attractivité, la légitimité de vos nouveaux concepts, vos nouveaux produits**
- **La mémorisation, la compréhension ou l'appréciation de votre marque ou de vos campagnes** : signatures, packaging, ou tout autre moyen de communication imprimée et/ou multimédia...

Ou sur toute autres questions que vous souhaitez poser aux consommateurs fréquentant les magasins spécialisés biologiques.



Vous nous soumettez vos interrogations et nous rédigeons les questions pour y répondre :

- **nous formulerons des questions et des items courts**, clairs et compréhensibles par toutes les personnes susceptibles d'être interrogées. L'intitulé des questions devra être univoque, c'est à dire sans ambivalences susceptibles de générer des interprétations contradictoires ou pouvant induire les réponses des interviewés,
- **nous veillerons à l'ordre logique de l'ensemble** des questions (influence d'une question sur une autre) mais également au fait que la durée totale du questionnaire n'excède pas 30 minutes afin de ne pas décourager les personnes interrogées ou susciter des abandons en cours d'interviews.

Et pour finir :

- les résultats feront l'objet de traitements et analyses classiques (tris à plat et tris croisés),
- ils vous seront remis sous la forme d'un rapport de synthèse faisant apparaître les principaux enseignements,
- ils pourront faire l'objet d'une présentation orale dans vos locaux.



Conditions de réalisation

DELAIS

- Bouclage questionnaire vendredi 23 novembre 2018
- Recueil de l'information 1^{ère} quinzaine de décembre 2018
- Remise des résultats Mi Janvier 2019

Budget *validé sur devis*

- Souscription : socio-démo + notoriété 280 € HT
Ce module est obligatoire pour toute marque souscriptrice. Il couvre les frais de lancement, de recrutement et de validation de la cible. Y est incluse une question de notoriété, qui permettra de cibler et/ou analyser vos questions. Ce module ne peut pas être vendu seul.
- Questions fermées simples
 - 3 premières questions 320 € HT la question
 - Questions suivantes 200 € HT la question
- Questions ouvertes sur devis

Attitudes et Marques se réserve le droit d'annuler ou reporter la vague d'Omnibio si le nombre de souscripteurs se révèle insuffisant.



Vos interlocuteurs sur cette étude

Olivia Dupré : Consultante études

(oliviadupre@attitudesetmarques.com/ +33 (0)9 82 24 67 78)

Professionnelle des études quantitatives et qualitatives, Olivia a travaillé 20 ans au sein de grands instituts (BVA , CSA) dont 8 en qualité de directrice de département.

Consultante études depuis 2009 pour Attitudes et Marques, elle conseille et accompagne les PME agroalimentaires.

Michel Delouette : Consultant marketing communication

(micheldelouette@attitudesetmarques.com/ +33 (0)9 82 54 49 37)

Après des études de sémiologie et un parcours en agence conseil en design et communication, Michel est à l'origine de la création d'Attitudes et Marques.

Il participe depuis bientôt 20 ans au développement des produits biologiques en circuit spécialisé, notamment en travaillant auprès d'acteurs majeurs du secteur tels que Bonneterre, Beliflor ou Biogam...