



## Entretien avec Aldo NONIS, Fondateur et Président de Creative Works

CREATIVE  
Etudes Marketing  
Créatives WORKS

**Creative Works est un cabinet d'études marketing spécialisé dans les études qualitatives et créatives. Quel est son positionnement ?**

**Aldo NONIS :** Creative Works veut concilier deux types d'attentes : celles des entreprises clientes et celles des directeurs d'études. **Que demandent les clients aujourd'hui quand ils travaillent avec un institut ?** Ils veulent avoir en face d'eux un **interlocuteur senior** ; chez nous il n'y a pas de stagiaires, ni d'alternants, ni de débutants, aussi doués soient-ils, c'est un parti pris. Nos consultants accompagnent leurs clients à toutes les étapes de l'étude, pas seulement lors du brief ou de la présentation des résultats. Les clients veulent un interlocuteur **vraiment impliqué**, capable de **beaucoup de réactivité** face à l'évolution de leurs demandes en cours d'étude, le tout quasiment en temps réel. Le monde des études qualitatives et plus largement du marketing est en mutation, les entreprises ont besoin de réactivité, certains services achat imposent des conditions financières qui rendent difficilement conciliables leurs attentes et la réalité. Or, pour assurer au mieux leurs prestations, les directeurs d'études ont besoin de travailler dans de bonnes conditions. Et Creative Works s'efforce de réunir ces conditions.

Car que constate-t-on depuis quelques années ? On trouve des directeurs d'études Quali souvent seniors, très compétents, dont une partie a traversé la crise dans beaucoup de souffrances et qui ne se retrouvent plus dans le fonctionnement des sociétés d'études classiques. Ils ne veulent plus être obligés de sacrifier la qualité sur l'autel des prix et des procédures commerciales. En échange d'une organisation plus souple, ils ne ménageront pas leur implication. Ce qu'ils recherchent c'est de **pouvoir réaliser des études du début à la fin dans de bonnes conditions**, de pouvoir choisir leurs prestataires, sans la pression d'un chiffre d'affaires à réaliser annuellement. Un directeur d'études

qualitatives a besoin de maîtriser le nombre d'études qu'il pourra réaliser, de privilégier le type de clients avec lequel il ressent le plus d'affinités, les problématiques qu'il domine le mieux. C'est aussi ce qui fidélise nos clients. Il ne veut pas être enfermé dans une structure trop contraignante. Il veut pouvoir travailler dans un cabinet qui lui facilite le bon fonctionnement de l'étude, sans être assommé par les contraintes administratives.

**Cette approche nécessite de nouvelles modalités de travail et d'organisation** pour répondre aux contraintes budgétaires de nos clients. C'est la raison d'être de Creative Works : une structure très souple dont les coûts fixes sont extrêmement légers, conçue pour s'adapter à tous les contextes et à tous les types de clients. Nous fonctionnons de cette façon depuis une dizaine d'années mais c'est un type de structure qui n'aurait pas pu exister il y a 20 ans.

**Quels sont les avantages d'une telle structure pour vos directeurs d'études ?**

**Aldo NONIS :** Les directeurs d'études qui travaillent chez Creative Works – ils sont six actuellement – ne sont pas en concurrence les uns avec les autres, ils ne se voient imposer aucun chiffre d'affaires. Ils fixent leurs propres objectifs et leurs revenus dépendent des études réalisées. Creative Works est aussi un lieu d'échange et de coproduction. Les consultants échangent sur leurs études en cours, challengent l'analyse des problématiques comme les méthodologies. Ils ont le choix de leurs prestataires, pour les recrutements notamment. D'ailleurs, si nos prestataires se mettent en quatre pour nous et s'ils sont aussi réactifs, c'est parce que nous les respectons et que nous les payons dans des délais très courts. Chez nous, si le consultant le mieux adapté pour une étude donnée habite à Marseille, il peut travailler depuis Marseille sans être obligé de passer par le bureau à Paris tant que ce n'est pas réellement utile.

**Qu'est-ce que ce type de structure apporte de neuf aux clients ?**

**Aldo NONIS :** Une façon de travailler plus profonde et plus créative. Pour le client, l'avantage est d'avoir en face de lui un directeur d'études disponible pour son problème, complètement impliqué, donc plus créatif et très réactif. Le tout dans un budget serré. Nous co-construisons avec lui. Nous paramétrons nos interventions en fonction des attentes du client, que ce soit un service études rompu au choix de méthodologies ou une grosse PME qui repositionne son image ou une gamme de produits pour la première fois.

Ce qui distingue également Creative Works et les consultants qui ont rejoint la structure, c'est le **désir et la capacité d'accompagner leurs clients dans la durée**. Rien ne nous intéresse plus que de suivre un projet dans ses phases successives, de la naissance de l'idée à la recherche et la mise en place des concepts, le choix des axes de communication, l'analyse des premiers résultats auprès des consommateurs... La plupart des directeurs d'études ont eu d'autres responsabilités dans la fonction marketing et communication (Directeur Marketing, Responsable Communication, Consultant Editorial...) qui leurs permettent d'apporter une valeur ajoutée tout au long de ce cycle.

**A quels types d'études va la préférence de Creative Works ?**

**Aldo NONIS :** Nous sommes bien sûr spécialisés dans les études qualitatives. Nous avons une approche créative des études qualitatives, qu'il s'agisse de l'élaboration des méthodologies, de la recherche de solutions et de produits nouveaux, de nouvelles réponses ou encore dans la présentation des résultats. **Nous nous concentrons sur des problématiques spécifiques à résoudre très vite**. Donner des insights, les traduire en axes de solution, accompagner le client dans le problem solving, animer des ateliers créatifs, voilà ce que nous savons et aimons faire.

