



Communiqué de Presse

Offre de WPP sur TNS Option relative à l'acquisition des actifs TAM Europe de TNS

Paris, le 5 août 2008. Ipsos a consenti à WPP une option de requérir l'achat par Ipsos des actifs de mesure d'audience de la télévision opérée par Taylor Nelson Sofres plc (« TNS ») dans l'Union Européenne et ce dans la mesure où l'offre de WPP sur TNS aboutirait.

Cette option de vente porte sur certaines activités de TNS, notamment celle concernant la mesure d'audience de la télévision que TNS opère seul ou avec des partenaires, au sein de l'Union Européenne, en Espagne, en Pologne, dans les pays scandinaves et baltiques ainsi qu'au Royaume-Uni.

A la double condition que WPP prenne le contrôle de TNS et qu'il en fasse la demande explicite, Ipsos se portera acquéreur de ces activités qui viendront renforcer la présence d'Ipsos MediaCT dans ce domaine.

La mesure d'audience des médias est une activité importante pour Ipsos dans plusieurs parties du monde, notamment en Europe, en Amérique latine ainsi qu'au Moyen-Orient, au total dans 25 pays via sa structure spécialisée Ipsos MediaCT – The Media, Content and Technology Research Specialists. Ipsos opère soit au moyen de contrats multi-clients, soit par l'intermédiaire d'institutions interprofessionnelles, comme c'est le cas en France avec Audipresse ou au Royaume-Uni avec la NRS (presse), le RAJAR (radio), le BARB (télévision) et POSTAR (affichage et mobilier urbain).

La transaction éventuelle s'articule autour de deux actifs :

- tous les éléments de propriété intellectuelle détenus par TNS dans ce domaine ;
- les opérations actuelles de mesure d'audience de la télévision de TNS dans l'Union Européenne.

Si WPP exerce l'option, Ipsos aura la faculté d'acquérir ces actifs pour un montant, sous réserve d'ajustement, estimé à 117 millions d'euros, qui comprend 98 millions d'euros pour les actifs et 19 millions d'euros relatifs aux besoins en fonds de roulement et dépenses d'investissements pour le contrat BARB¹.

¹ Les besoins en fonds de roulement ainsi que les dépenses d'investissement sont estimés à £15 millions selon une annonce par TNS en date du 3 mars 2008.



Nobody's Unpredictable

« Nobody's Unpredictable » est la signature publicitaire d'Ipsos.

*Parce que les clients de nos clients sont de plus en plus souvent infidèles à leurs habitudes
- ils zappent, changent volontiers de comportements, de points de vue, de préférences -,
nous aidons nos clients à capter ces mouvements qui caractérisent nos sociétés.
Nous les aidons à comprendre leurs clients - et le monde - tels qu'ils sont.*

Ipsos est coté sur l'Eurolist de NYSE-Euronext.

La société qui fait partie du SBF 120 et de l'indice Mid-100 est également éligible au SRD.

**Code Isin FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com**