



Communiqué de Presse

Ipsos acquiert la division Etudes Marketing de NPD et devient ainsi l'un des principaux opérateurs du secteur aux Etats -Unis

Paris, le 17 Janvier 2001. Ipsos et NPD viennent de conclure un accord au terme duquel Ipsos va acquérir les actifs de la division **Etudes Marketing** de NPD aux Etats-Unis et au Canada. La division NPD Marketing Research qui a réalisé en 2000 un chiffre d'affaires de l'ordre de 70 millions de USD, compte parmi les leaders des études marketing aux Etats-Unis. Sont exclus de cette vente, les actifs que détient NPD dans les informations sur les comportements d'achat des consommateurs sur certains marchés de niche.

Ces actifs comprennent aussi bien les produits et services marketing offerts par NPD à ses clients Nord Américains, que l'ensemble des Access Panels utilisés par NPD en Amérique du Nord pour les études postales ou téléphoniques, dans le cadre des différents types d'études marketing (tests de concept, études de lancement et de repositionnement de produits, etc.).

Ces différents panels totalisent **500.000 foyers** dont les membres sont sollicités régulièrement pour participer aux études. Ce nouveau dispositif complètera l'offre Ipsos dans les Access Panels en Europe (115.000 foyers).

La division Market Research de NPD, qui opérera sous le nom de Ipsos-NPD, renforcera le dispositif nord-américain d'Ipsos représenté par les sociétés Ipsos-ASI (études publicitaires) et Ipsos-Reid (études d'opinion et études marketing). **En 2001, le chiffre d'affaires d'Ipsos dans cette région devrait approcher les 200 millions de USD et contribuer à hauteur de 40% de l'activité totale du groupe (au lieu de 14% en 1999).**

Ipsos-NPD complètera également l'offre de produits et services Marketing qu'Ipsos réalise déjà pour ses clients en Europe et en Amérique Latine dans les secteurs de la Grande Consommation (alimentation, entretien, hygiène-beauté-santé), des télécommunications, de la banque et de la finance et des produits pharmaceutiques.

Des prolongements dans les études on-line

Par ailleurs, Ipsos et NPD collaboreront dans le domaine des études on-line où NPD détient une position de tout premier plan avec son panel rassemblant plus de 2.000.000 d'individus, majoritairement Américains et Canadiens. A cette fin, Ipsos acquerra 25% de la société détenant et gérant ce panel on-line. Ipsos disposera également d'un droit exclusif d'usage de ce panel dans ses secteurs d'activités (études publicitaires, marketing, médias, opinion et satisfaction de clientèle).



Communiqué de Presse – suite – 17 Janvier 2001.

Didier Truchot, Chairman et CEO du groupe Ipsos, se réjouit de cette opération. « Le portefeuille d'activité et de services de Ipsos-NPD va permettre à Ipsos de devenir un acteur majeur des études marketing en Amérique du Nord, notamment dans le secteur des études sur Access Panels qui constituent un élément-clé de notre développement. Nous sommes très heureux d'accueillir les équipes de NPD dans notre organisation, et nous comptons mettre à profit leur réputation et leurs talents d'innovation dans le domaine de la recherche marketing. »

Tod Johnson, CEO du Groupe NPD, a déclaré « Nous souhaitons mettre à profit notre expertise dans les informations sur les comportements d'achat des consommateurs dans certains marchés de niche ainsi que dans le domaine des études sur internet. NPD va consacrer la totalité de ses forces dans la mise à disposition de nos clients d'informations marketing via le Web, tout en sachant que nos autres activités d'études continueront à se développer au sein de la famille Ipsos. »

A propos d'Ipsos

Ipsos, qui figure parmi les 10 premiers groupes d'études mondiaux, a réalisé en 1999 un chiffre d'affaires de 231 millions d'euros (1 514 millions de francs). En 2000 son chiffre d'affaires sera supérieur à 320 millions d'euros et il dépassera 450 millions d'euros en 2001. Ipsos qui est directement implanté dans 24 pays (en Europe, Amérique du Nord et Amérique Latine, Moyen-Orient et région Asie-Pacifique), conduit des études dans plus de 80 pays à travers le monde. Les sociétés Ipsos qui se situent aux tous premiers rangs sur leurs marchés respectifs, sont spécialisées dans cinq domaines d'intervention prioritaires : mesure de l'efficacité publicitaire, études marketing, médias, opinion et recherche sociale, mesure de satisfaction de clientèle.

Depuis 1999, Ipsos participe à la mesure d'audience d'internet en partenariat avec Media Metrix et GfK, à travers deux sociétés en joint-venture : Jupiter MMXI Europe et Jupiter Media Metrix Latin America.

A propos de NPD

Créé en 1953, le groupe NPD est le principal fournisseur d'études et de données online délivrées à un très grand nombre de secteurs d'activité. En suivant aussi bien les attitudes que les comportements d'achat des consommateurs, NPD offre à ses clients un point de vue unique sur leur industrie et ses évolutions, qu'elles concernent les mouvements du commerce de détail ou le e.commerce. Les informations sont recueillies sous la marque Online Panel qui procure un accès à 2.000.000 millions d'individus ; elles seront délivrées à travers plusieurs portails d'information marketing qui seront ouverts cette année.

Avec Jupiter Media Metrix, NPD est l'un des principaux opérateurs pour la mesure d'audience d'internet dans le monde.

Le groupe NPD qui est implanté dans 36 pays a réalisé en 1999 un chiffre d'affaires de 143.4 millions de USD – hors l'activité de Media Metrix consolidée séparément depuis 1998 –. Il se situe au 11^{ème} rang des sociétés d'études américaines.