

# Marché : en attendant les grandes manœuvres

**Bilan** Si le projet de rapprochement entre TNS et GfK aboutissait, le paysage mondial du marché des études en serait bouleversé. En France, celui-ci a enregistré une maigre croissance en 2007.

**E**n rendant publique, début mai, leur ambition de fusionner leurs activités, les groupes TNS et GfK ont secoué le marché mondial des études, en le plaçant à l'aube d'une étape majeure de sa consolidation. En effet, le nouvel ensemble ainsi constitué deviendrait tout simplement le numéro deux mondial de son domaine, juste derrière le géant américano-néerlandais The Nielsen Company. L'année dernière, le chiffre d'affaires du groupe GfK a atteint 1,16 Md€ et celui de TNS 1,34 Md€, soit un montant combiné de quelque 2,5 Mds€, contre 4,7 Mds€ à The Nielsen Company.

## Un chiffre d'affaires global de 1,9 Md€

Un marché qui, en 2007, a évolué en dents de scie, avec un premier semestre décevant et un second semestre plus dynamique. Le classement des 100 premiers instituts d'études et d'opinion établi ce mois-ci par *Marketing Magazine* indique que ces derniers ont réalisé un CA de 1,09 Md€, en hausse de 8,9 % par rapport à 2006. Des résultats deux fois supérieurs aux prévisions du Syntec Études Marketing et Opinion, qui table de son côté sur une croissance de 4,2 % pour ses adhérents (*lire l'interview de son président ci-dessous*).

Avec 721 M€ (+ 8,8 %), les 10 premiers instituts de 2007 (*cf. tableau ci-contre*) représentent près de 66 % du marché des 100 premiers. Et les

20 premiers atteignent 76 % du chiffre total, avec 842 M€. À titre d'indication, les deux leaders du marché, TNS France (19,4 %) et Ipsos France (10 %), représentent à eux deux pratiquement 30 % du marché des 100 premiers. Dans la droite ligne de ces deux dernières années, le on line poursuit sa progression. Selon les chiffres recueillis par *Marketing Magazine*, il pèse désormais 44 % sur le segment des études publicitaires, et 31 % pour les études marketing.

**Tanguy Lederc**

## Le nouvel ensemble TNS-GfK deviendrait le numéro 2 mondial

Bien que loin d'être finalisé, ce rapprochement a en tout cas fait sortir du bois le groupe WPP qui, après avoir cherché à mettre la main sur Synovate, il y a deux ans, jette cette fois-ci son dévolu sur TNS. Le refus répété de ce dernier de donner suite à cet appel du pied traduit le désir de ses dirigeants d'aller jusqu'au bout de leur logique avec GfK. Pour autant, rien n'est définitif. Il est en tout cas beaucoup trop tôt pour imaginer les conséquences d'un tel rapprochement sur le marché français.



## Les 20 premiers instituts de sondages

Rang 2007	Raison sociale	CA 2007 (en k€)	CA 2006 (en k€)	Évol. en %
1	Groupe TNS France	213 000	206 000	3,4
2	Ipsos France	110 000	102 000	7,8
3	Groupe GfK France	94 000	88 400	6,3
4	IMS Health	63 000	57 000	10,5
5	BVA	60 000	40 000	50,0
6	Médiamétrie	48 000	43 700	9,8
7	Groupe MV2	39 885	36 930	8,0
8	CSA	34 000	33 000	3,0
9	Ifop France	30 400	29 500	3,1
10	Groupe Test-IH2	29 300	26 500	10,6
11	Synovate	18 500	18 400	0,5
12	A+A	16 000	15 000	6,7
13	Cegma Topo/Présence	15 350	14 000	9,6
14	Sorgem	13 200	13 100	0,8
15	Repères	13 100	13 100	0
16	MKG Groupe	12 019	9 432	27,4
17	Stratégir	9 200	9 600	-4,2
18	OpinionWay	8 359	5 440	53,7
19	IDC France	7 930	8 177	-3,0
20	Numsight Consulting	7 500	5 100	47,1

Source : « Marketing Magazine ».