

Chambourcy, le 25 janvier 2010

## Kantar lance Kantar Media

Une nouvelle Marque pour apporter une vision multimédia au monde des médias et du marketing

Kantar, un des plus grands réseaux mondiaux en matière d'études, d'analyses et d'information marketing, annonce que **les activités de TNS media intelligence, iTRAM (audience), KMR Group et BMRB Media sont aujourd'hui réunies pour devenir Kantar Media.**

Cette nouvelle marque Kantar Media a pour ambition d'apporter une offre internationale intégrée en matière d'analyses, d'études, de veille et de mesure d'audience de toutes les plateformes média.

Grâce à ce changement nos clients vont bénéficier d'un accès plus simple à la gamme complète des offres développées par nos secteurs spécialisés.

*«Le monde des médias s'accélère et sa fragmentation conduit les entreprises, annonceurs, groupes media, agences de communication et de RP à affronter de nouveaux challenges et à repenser leur stratégie média et marketing»,* affirme **Jean-Michel Portier, CEO Kantar Media.**

*« Notre capacité à construire une offre cross média intégrée avec un point de vue unique sur le consommateur est un atout crucial pour nos clients. Cette évolution de Kantar Media permet de leur offrir un accompagnement à chaque étape du cycle de communication. Notre ambition s'affiche dans notre nouvelle signature internationale «Master the momentum of media» : la maîtrise du nouvel élan des médias, pour aider nos clients à répondre aux nouveaux défis et à optimiser leurs décisions.»*

Kantar Media réunit au plan international une gamme multimédia de services et de solutions autour de trois expertises :

- Intelligence : veille et analyse des contenus médias, veille éditoriale et des relations publiques, veille des créations et mesure des investissements publicitaires, analyse d'impact média, mesure du sponsoring et « digital intelligence » avec Compete et Cymfony,
- Audiences : mesures et analyses des audiences Radio, TV & Internet,
- TGI & Custom : études médias & marketing single-source mesurant les relations entre les attitudes, les comportements de consommation et l'exposition média des marques ou des produits.

**Pour Jean-Michel Portail, CEO Kantar Media Intelligence Europe :** *« Notre approche à 360° réunit maintenant une gamme complète d'expertises sur la veille et l'évaluation du contenu des médias et de leurs connexions qui intègre les médias sociaux. Elle couvre les mesures d'audience, les études single source, les softwares et les plateformes d'analyses multimédia. Avec Kantar Media nous apportons à nos clients des solutions à forte valeur ajoutée pour les aider à mieux communiquer sur leurs marques et mieux appréhender un monde des médias digitaux en pleine effervescence. »*



La nouvelle identité visuelle de Kantar Media, créée par l'agence anglaise The Partners, traduit par ses couleurs et son graphisme la vision globale de l'univers multimédia, mais aussi la vitesse d'anticipation des tendances et de la propagation de l'information aujourd'hui au niveau mondial. Une campagne de presse débutera en février, essentiellement dans les médias digitaux.

#### **A propos de Kantar Media**

Kantar Media permet dans plus de 50 pays une exploration du multimédia momentum au travers de la veille des médias : presse, radio, TV, Internet, médias sociaux, cinéma, affichage extérieur, téléphonie mobile, media courrier, emailing, media tactiques et de proximité et offre une gamme complète d'outils et de diagnostics au travers de ses trois secteurs - Intelligence, Audiences, TGI & Custom - et de Solutions telles que KantarSport.

La conjugaison des expertises les plus fines permet aux décideurs d'orienter leurs stratégies marketing et de gérer leurs marques. Partenaire de 22 000 clients dans le monde, Kantar Media traque plus de 3 millions de marques.

[www.kantarmedia.fr](http://www.kantarmedia.fr)

#### **A propos de Kantar**

Leader mondial en matière d'études, de veille et d'analyse, Kantar accompagne les entreprises et institutions dans leurs stratégies en leur proposant une information à haute valeur ajoutée. Avec 13 divisions et 26 500 collaborateurs dans plus de 95 pays, le Groupe offre à ses clients une palette inédite et complémentaire d'expertises couvrant l'ensemble du cycle de consommation. Le Groupe Kantar est partenaire de la majeure partie des entreprises figurant au Fortune Top 500.

[www.kantar.com](http://www.kantar.com)

#### **Contacts Presse :**

Claire Capmeil / SIGIL Conseil Tel : 01 55 76 39 10 - Mobile : 06 60 62 21 33

Email : [c.capmeil@sigilconseil.com](mailto:c.capmeil@sigilconseil.com)

France Courtieux Tel : 01 30 74 84 49 - [Email : france.courtieux@tnsmi.fr](mailto:france.courtieux@tnsmi.fr)