

KANTAR WORLD PANEL

Communiqué de presse

Chambourcy, le 24 février 2014,

KANTAR WORLD PANEL ÉTEND SES ACTIVITÉS EN AFRIQUE

La collaboration stratégique avec TNS RMS démontre la poursuite du développement mondial de Kantar Worldpanel

Kantar Worldpanel, leader mondial de l'expertise consommateurs, étend ses activités en Afrique avec le lancement de nouveaux panels au Nigéria, au Kenya et au Ghana.

Les nouveaux panels représentent la première étape du développement planifié de Kantar Worldpanel en Afrique. La société prévoit la mise en œuvre prochaine de panels supplémentaires sur d'autres marchés africains.

Kantar Worldpanel a basé son développement au Nigéria, au Kenya et au Ghana grâce à la formation d'une alliance avec l'agence d'études de marchés du groupe Kantar, TNS RMS. Ce partenariat associe la connaissance et l'expertise approfondies du marché local de TNS RMS à une dimension internationale des équipes d'experts en matière de panel de consommateurs de Kantar Worldpanel.

Étant le pays le plus peuplé d'Afrique et occupant la deuxième place dans l'économie du continent, le Nigéria représente un marché clé pour les sociétés internationales du secteur de la grande consommation. Le panel communautaire actuel de 3 000 ménages nigériens a été renforcé et relancé de sorte à refléter l'importance croissante du pays.

Kantar Worldpanel et TNS RMS ont mis en œuvre de tous nouveaux panels au Kenya et au Ghana, afin d'aider les entreprises actives dans le secteur de la grande consommation à trouver des moteurs de croissance nécessaires sur ces deux zones de marchés très intéressantes.

Les deux premiers ensembles de données du Nigéria et du Kenya sont déjà disponibles et sont transmis aux clients par le biais de l'outil de transfert en ligne sophistiqué de Kantar Worldpanel, appelé WorldpanelOnline, permettant de mieux comprendre le consommateur, plus facilement et plus rapidement.

Les trois panels permettent de mieux comprendre le comportement des consommateurs par région, classe sociale, taille du ménage et âge de l'acheteur principal du foyer. Les panels sont également conformes aux normes internationales de Kantar Worldpanel dans l'intérêt d'une utilisation des bonnes pratiques et afin de faciliter la comparaison internationale.

L'ajout de ces trois importantes économies permet à Kantar Worldpanel d'offrir des services et un panel de consommateurs dans 59 pays. La société a renforcé sa position sur les marchés à croissance rapide en opérant en Asie, au Moyen Orient, en Amérique Latine et aujourd'hui en Afrique.

Josep Montserrat, PDG monde de Kantar Worldpanel, a déclaré : « Avec une population dépassant le milliard de personnes et étant appelée à croître de 50% d'ici 2030, l'Afrique est un marché important en pleine croissance pour les sociétés internationales actives dans le secteur de la grande consommation et représente une nouvelle opportunité commerciale significative. Nous voulons permettre à nos clients d'accéder à ces marchés à forte croissance et c'est la raison pour laquelle nous avons étendu nos activités en Afrique.

« Nous continuons à ouvrir de nouveaux marchés dans le monde, conformément à notre plan de croissance stratégique. Le développement de nos activités en Afrique fait suite à notre partenariat avec IMRB en Inde, et permet à nos clients de se rapprocher le plus possible du consommateur dans ces économies émergentes clés ».

Adeola Tejumola, PDG de TNS RMS WECA, a déclaré : « L'Afrique évolue rapidement et cette alliance stratégique avec Kantar Worldpanel représente une étape importante pour les entreprises actives dans le secteur de la grande consommation et souhaitant mieux connaître et comprendre les consommateurs africains. Avec un échantillonnage solide, une collecte des données plus précise et de nouveaux outils d'analyse, ce partenariat permettra de générer un meilleur aperçu pour nos clients et aidera à les intégrer à la perspective internationale fournie par Kantar Worldpanel, dans le cadre de la recherche de nouvelles opportunités de croissance. »

Pour de plus amples informations, veuillez contacter :

LE FLOCH Gaëlle – Strategic Insight Director
01 30 74 81 35 - gaelle.lefloch@kantarworldpanel.com

Site internet : www.kantarworldpanel.fr / Twitter : [@KWP_FR](https://twitter.com/KWP_FR)

À propos de Kantar Worldpanel

Kantar Worldpanel est le leader mondial de la compréhension et de l'analyse du comportement des consommateurs, grâce à nos suivis en continu des panels de consommateurs. Son approche High Definition Inspiration™ combine le suivi des marchés, les méthodes d'analyse avancée et des solutions d'études de marché adaptées pour offrir une image globale, mais également détaillée, qui inspire des actions réussies entreprises par ses clients. L'expertise de Kantar Worldpanel à propos des produits qu'achètent ou utilisent les consommateurs et sur leurs raisons est devenue la référence du marché pour les industriels, les distributeurs, les analystes financiers et les organisations gouvernementales du monde entier.

Avec plus de 60 ans d'expérience, une équipe de 3 000 personnes et des services couvrant plus de 50 pays, de manière directe ou par le biais d'un réseau de partenaires, Kantar Worldpanel offre une approche High Definition Inspiration™ dans des domaines aussi variés que la grande consommation, les produits destinés à une consommation immédiate, la mode, les articles pour bébés, les télécommunications et le divertissement.

Pour de plus amples informations, veuillez vous rendre sur le site : www.kantarworldpanel.com.

À propos de Kantar

Kantar, c'est la division de la gestion de l'investissement dans les données de WPP et l'un des groupes les plus importants dans le domaine du conseil, de la connaissance et de la recherche. En unifiant les divers talents de ses 13 filiales spécialisées, le groupe vise à devenir le premier fournisseur d'analyses complètes et décisionnelles, destinées à la communauté mondiale des affaires. Ses 28 500 employés sont répartis dans 100 pays et couvrent l'intégralité du spectre des disciplines de recherche et de conseils, permettant ainsi au groupe d'offrir aux clients des analyses commerciales à chaque étape du cycle de consommation. Les services du groupe sont utilisés par plus de la moitié des meilleures entreprises du classement Fortune 500.

Pour de plus amples informations, veuillez vous rendre sur le site : www.kantar.com.