

Premier trimestre 2013

**REVENUS EN BAISSE -2,7%*
VENTES EN HAUSSE + 2%***

Paris, 24 avril 2013 - Le chiffre d'affaires d'Ipsos au 1^{er} trimestre 2013 s'établit à 359,6 millions d'euros en baisse de 5,3% par rapport au trimestre correspondant de 2012. A taux de change et périmètre constant, l'évolution reste négative à 2,7%.

Ces données reflètent davantage la baisse de l'activité commerciale au dernier trimestre 2012 - qui avait déjà conduit Ipsos à enregistrer une légère décroissance de son revenu durant ce même trimestre – que l'état actuel des affaires.

De janvier à mars 2013, les nouvelles ventes d'Ipsos à ses clients ont progressé - à taux de change et périmètre constant - de 2 %, indiquant par avance, que conformément à ses plans le chiffre d'affaires d'Ipsos, sera sur une base comparable plus élevé en 2013 qu'en 2012.

D'ailleurs, sur le seul mois de mars, le revenu d'Ipsos progresse - à taux de change et périmètre constant – aussi de 2 %.

Il convient de rappeler que le premier trimestre d'un nouvel exercice est rarement représentatif de l'ensemble de l'année, avant tout parce qu'il s'agit d'un « petit trimestre » comptant pour environ 20% de l'activité totale. Au cours des dernières années, l'évolution du revenu a été le plus souvent meilleure sur l'ensemble de l'exercice qu'au cours du premier trimestre. La seule exception est 2011, marquée, à compter du mois d'octobre, par les conséquences ponctuellement négatives de l'acquisition de Synovate.

| Chiffre d'affaires consolidé (en millions d'euros) | 2013 | 2012 | 2011 |
|---|----------|--------------|----------------|
| 1 ^{er} trimestre | 359,6 | 379,9 | 260,1 |
| 2 ^{ème} trimestre | - | 457,1 | 298,1 |
| 3 ^{ème} trimestre | - | 440,6 | 287,6 |
| 4 ^{ème} trimestre | - | 512,0 | 517,0 |
| Total exercice | - | 379,9 | 1 362,9 |

* à taux de change et périmètre équivalents

Evolution de l'activité par région et par ligne de métier

La décroissance du chiffre d'affaires affecte toutes les régions du monde, en dehors de quelques sous-ensembles comme l'Asie du Sud Est, le Moyen-Orient et l'Amérique latine, et à des degrés divers, toutes les lignes de métiers à l'exception d'Ipsos MediaCT.

| Contribution par zone géographique (en millions d'euros) | 1 ^{er} trimestre 2013 | 1 ^{er} trimestre 2012 | Evolution 2013/2012 | Croissance organique |
|--|--------------------------------|--------------------------------|---------------------|----------------------|
| Europe, Moyen Orient, Afrique | 167,8 | 176,2 | -4,8% | -3% |
| Amériques | 134,4 | 140,0 | -4,0% | -1% |
| Asie-Pacifique | 57,4 | 63,7 | -9,9% | -5% |
| Chiffre d'affaires trimestriel | 359,6 | 379,9 | -5,3% | -2,7% |

| Contribution par ligne de métier (en millions d'euros) | 1 ^{er} trimestre 2013 | 1 ^{er} trimestre 2012 | Evolution 2013/2012 | Croissance organique |
|---|--------------------------------|--------------------------------|---------------------|----------------------|
| Études publicitaires | 59,4 | 61,0 | -2,7% | 0% |
| Études marketing | 184,1 | 196,9 | -6,5% | -3,5% |
| Études médias | 35,3 | 37,3 | -5,4% | +1,5% |
| Études d'opinion et recherche sociale | 35,3 | 37,8 | -6,5% | -8% |
| Études pour la gestion de la relation client et de la relation salariée | 45,5 | 46,8 | -2,8% | -2% |
| Chiffre d'affaires trimestriel | 359,6 | 379,9 | -5,3% | -2,7% |

Autres éléments descriptifs des conditions d'exercice de l'activité au cours du premier trimestre 2012

La marge opérationnelle est en ligne avec les objectifs annoncés pour l'ensemble de l'année 2013. Le ratio d'endettement net est stable par rapport au 31 décembre 2012 à 68%.

Perspectives 2013

L'environnement macro économique est qualifié par les observateurs/experts parfois de médiocre, et toujours d'incertain. C'est vrai en Europe bien sûr, mais pas seulement, y compris d'ailleurs parce que les effets du découplage pays développés/pays en voie de développement constaté en 2009, tendent à s'atténuer au fur et à mesure que certaines puissances émergentes, à commencer par la Chine, ressentent les conséquences de leur propre endettement.

Cela étant, la situation des entreprises, notamment les plus puissantes d'entre elles, est bonne. La plupart d'entre elles restent capables d'enregistrer une croissance au moins modérée et une amélioration de leur rentabilité ainsi que de leur génération de cash flow. Quelques-unes deviennent même généreuses avec leurs actionnaires, comme Apple qui « profite » de la baisse de son cours pour annoncer une multiplication par 6 (jusqu'à 60 milliards de dollars !) de son programme de rachat d'actions.

Là où le bas blesse est que ces excellents résultats sont souvent la conséquence de politiques de développement prudentes. Beaucoup de grandes sociétés qui constituent la base principale de la clientèle d'Ipsos « maîtrisent » leur croissance rentable, gérant au plus près leur politique d'innovation et, fait nouveau, consacrent une part stable, voire décroissante, de leur chiffre d'affaires à leurs dépenses marketing. Par voie de conséquence, les prestataires de services marketing – groupes de communications, sociétés d'études, etc. – voient leur rythme de croissance descendre en dessous des niveaux enregistrés avant le déclenchement de la crise de 2008.

Le marché des études de marché lui-même, évolue à un rythme ralenti, sans doute en dessous de 3% en 2012 d'après les premières indications qu'Ipsos a collectées, alors qu'il était attendu au dessus de 3%. Les chiffres officiels ne seront publiés qu'à la fin de l'été.

Il n'y a pas de raison de penser que sa croissance puisse s'accélérer en 2013.

Ipsos considère que, même si son environnement est moins favorable qu'il y a quelques années, son objectif d'une croissance rentable et durable reste parfaitement atteignable.

Cet environnement recèle de grandes potentialités pour Ipsos :

- Dans des marchés toujours plus compétitifs, les besoins d'informations de ses clients continuent de croître. Qui, aujourd'hui, peut décider, investir, dépenser sans posséder un jeu d'informations récentes, exactes, impartiales, adéquates et compréhensibles ?
- Dans une époque où la quantité d'information croît de façon exponentielle, qui est mieux placé qu'une entreprise comme Ipsos pour rassembler, trier, calibrer, valider, analyser, communiquer ce que « disent » ces multiples sources - existantes ou à créer - de façon à ce qu'elles soient utilisables pour décider et contrôler ?
- A un moment où toutes les dépenses doivent être optimisées, qui est mieux placé qu'Ipsos et ceux de ses quelques concurrents qui disposent aussi d'une infrastructure globale et de moyens opérationnels puissants, pour contribuer à la rationalisation et à l'extension géographique des programmes de recherche ?

L'acquisition de Synovate a certes freiné de façon momentanée la croissance d'Ipsos. En même temps, elle a amélioré sa position sur son marché et accrut ses moyens d'action. Ipsos dispose aujourd'hui de plus d'idées, de plus de talents, dans plus de régions du monde et d'une base de clientèle élargie et mieux diversifiée.

La croissance d'Ipsos en 2013 s'appuie sur de nombreuses initiatives. Certaines sont proches de son métier d'origine – les études par enquêtes – comme la mise en place progressive d'une plateforme mondiale unique de collecte et de traitement de données, l'extension de l'usage des terminaux mobiles pour accéder aux répondants ou encore la simplification des protocoles d'enquêtes afin de pouvoir produire et diffuser, avec plus de rapidité et de clarté, l'essentiel des informations requises.

D'autres initiatives témoignent de son intention d'élargir la palette de ses services à l'analyse et à l'utilisation des réseaux sociaux, ainsi qu'à la mesure active et passive des contenus et des canaux digitaux - et singulièrement de leurs relations.

D'autres initiatives, enfin, reflètent ses progrès dans les services analytiques. L'annonce d'un accord il y a quelques jours entre Ipsos MORI – la filiale britannique d'Ipsos – et Everything Everywhere, la co-entreprise rassemblant au Royaume-Uni Orange UK et T-Mobile UK – est à cet égard, symbolique. Il donne à Ipsos MORI la possibilité d'accéder à la totalité de la base de données EE et ainsi d'analyser les comportements de groupes de gens agrégés en temps réel. EE fournit des services de téléphonie, d'accès au web et aux réseaux sociaux à 27 millions de clients. Ipsos va enfin pouvoir comprendre leurs comportements et ainsi aider ses clients à mieux utiliser l'immense potentiel des terminaux mobiles.

L'année 2012 est dernière nous. Dans un environnement qui est tel qu'il est, Ipsos pour 2013 confirme sa prévision d'une croissance supérieure à celle du marché et d'une marge opérationnelle de 11%, en progression de 100 points de base.

Prochaine publication : 24 juillet 2013, résultats semestriels.

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-60 est également éligible au SRD.

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