



Communiqué de Presse

Premier trimestre 2015

En raison des taux de change, un trimestre en forte progression

Le plan « New Way » produit ses premiers effets
Chiffre d'affaires : 379,6 millions d'euros, +10,6 %
Croissance organique totale +0,8 %
Croissance organique des nouveaux services* +27 %

Paris, 22 avril 2015 – Au premier trimestre 2015, le chiffre d'affaires d'Ipsos s'établit à 379,6 millions d'euros, en progression de 10,6 % par comparaison avec la même période en 2014.

Les effets de change, marqués par une forte réévaluation du dollar américain, de la livre sterling et du RMB vis-à-vis de l'euro expliquent, pour l'essentiel, cette progression. Les effets de périmètre sont négatifs pour 0,6 %. La croissance organique, à périmètre et taux de change constant, s'établit à +0,8 %.

Ce taux de croissance, légèrement inférieur à l'objectif de l'année, situé à l'intérieur d'une fourchette de 1 % à 2 %, est satisfaisant pour trois raisons : le premier trimestre 2014 avait été, sur ce seul critère de la croissance organique, le meilleur de l'année (1,5 % de croissance versus 0,3 % pour l'exercice entier), les « nouveaux services » commencent leur montée en puissance avec une progression, sur une base certes faible, de 27 % dans les marchés développés, étant entendu que leur déploiement dans les marchés émergents s'amorcera dans la deuxième partie de l'année.

Enfin, l'activité d'Ipsos a été en fin d'année dernière et au début de l'exercice très perturbée dans certains marchés émergents, notamment, mais pas seulement, en Russie, en Ukraine et au Moyen Orient, avant de se stabiliser en fin de trimestre.

Chiffre d'affaires consolidé <i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014	2013
1 ^{er} trimestre	379,6	343,3	359,6
2 ^{ème} trimestre	-	412,7	444,1
3 ^{ème} trimestre	-	412,8	418,6
4 ^{ème} trimestre	-	500,7	490,1
Total exercice	-	1 669,5	1 712,4

* Dans les marchés développés

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

À ce stade de l'année, les évolutions par région sont peu significatives dans la mesure où les volumes d'activité, sur lesquelles elles sont observées, sont limités. Ipsos est, à cette réserve près, satisfait de bons résultats aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Allemagne, en France mais aussi en Chine, au Japon et dans certains grands marchés d'Amérique Latine.

La grande différence avec les périodes précédentes est dans l'absence d'écarts de performance entre pays en développement qui – historiquement – ont cru rapidement et les marchés développés qui, ces dernières années avaient enregistré des performances décevantes. D'un côté, les troubles géopolitiques déjà évoqués mais aussi les crises financières – en Argentine et au Venezuela par exemple – ont pesé sur notre activité. D'un autre côté, un meilleur environnement et la montée en puissance des « nouveaux services » permettent non seulement d'être plutôt satisfait d'un redressement dans les marchés « matures » trop longtemps retardé mais aujourd'hui visible, mais surtout d'être plutôt confiant pour les trimestres prochains. La faiblesse des pays en développement - puisque c'est la première fois dans l'histoire d'Ipsos que sur un trimestre ils sous performant - ne devrait pas se prolonger même si, compte tenu de la multiplicité et du sérieux des risques toujours présents, leur évolution à court terme est difficile à prévoir.

Contribution au Chiffre d'affaires consolidé par zone géographique (en millions d'euros)	1^{er} trimestre 2015	1^{er} trimestre 2014	Évolution 2015/2014	Croissance organique
Europe, Moyen Orient et Afrique	168,9	165,7	1,9 %	-0,5 %
Amériques	147,3	124,7	18,1 %	1 %
Asie-Pacifique	63,4	52,9	19,9 %	4 %
Chiffre d'affaires trimestriel	379,6	343,3	10,6 %	0,8 %

Les pays émergents qui représentent 32% de l'activité d'Ipsos connaissent une croissance organique de 0,5 % ; quant aux pays développés, leur croissance organique est de 1 %.

Contribution au Chiffre d'affaires consolidé par ligne de métier (en millions d'euros)	1^{er} trimestre 2015	1^{er} trimestre 2014	Évolution 2015/2014	Croissance organique
Études Médias et Expression des marques	90,1	85,7	5,1 %	-2 %
Études Marketing	199,8	177,9	12,3 %	1 %
Études d'Opinion et Recherche sociale	41,8	35,4	17,9 %	7,5 %
Études pour la gestion de la Relation Client / Salarié	48,0	44,3	8,2 %	1,5 %
Chiffre d'affaires trimestriel	379,6	343,3	10,6 %	0,8 %

La hiérarchie des performances des lignes de métier est la même au premier trimestre 2015 qu'en 2014. Les équipes en charge des enquêtes d'opinion et de recherche sociale continuent de rencontrer un vif succès dans tous les marchés locaux et internationaux.

Selon *Meltwater News Monitoring Service*, une société spécialisée dans la pige des marques présentes dans les médias, au premier trimestre 2015, Ipsos a été pour la première fois la source « études » la plus citée dans le monde, dans les médias traditionnels et digitaux, à la réserve près qu'une pige de citations, à l'heure de la

fragmentation des médias et des canaux de diffusion de l'information ne peut prétendre à l'exhaustivité. Cette performance, l'année où Ipsos fête son quarantième anniversaire, méritait d'être soulignée. Jean-Marc Lech, le Co-Président d'Ipsos, beaucoup trop tôt disparu en fin d'année dernière, aimait à dire « qu'il n'y a pas d'expert muet ». La stratégie d'Ipsos implique, parmi d'autres éléments, d'être une source connue et reconnue, associée à des informations sûres, pertinentes et, bien sûr exclusives, relayées quand c'est possible par les médias.

Les autres lignes de métier évoluent comme anticipé, y compris Ipsos Connect, la nouvelle organisation d'Ipsos dédiée à aider les clients de la compagnie à mieux gérer les expressions de leurs marques et de leurs idées dans un environnement de médias profondément transformé par la digitalisation. Ipsos Connect travaille à l'élaboration et à la mise en place d'offres nouvelles alliant connaissance des marques, élaboration et contrôle des expressions publicitaires et mesure des médias. Il lui faudra encore quelques trimestres avant de bénéficier à plein de ces nouvelles offres.

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

La marge opérationnelle est en ligne avec les objectifs annoncés pour l'ensemble de l'année 2015. Le ratio d'endettement à 57 % est en baisse par rapport au 31 décembre 2014 (61 %) malgré la progression défavorable du dollar US, 59 % de la dette financière étant libellée dans cette monnaie. Cela provient d'une trésorerie libre générée par l'exploitation en progression significative au 1^{er} trimestre 2015 par rapport au 1^{er} trimestre 2014.

PERSPECTIVES 2015

Elles sont inchangées. Ipsos prévoit toujours cette année d'enregistrer une croissance modeste de son activité (entre 1 et 2 %), à taux de change et périmètre constant, et de générer après les coûts supplémentaires du projet « New Way » une marge opérationnelle de 10 %.

Le programme « New Way » se poursuit. La compagnie travaille à la simplification de son organisation, à l'efficacité de ses opérations, à une meilleure allocation et gestion de ses ressources humaines, scientifiques, technologiques et aussi à une meilleure visibilité de sa marque, de sa mission et de ses ambitions.

Ipsos, à travers le projet « New Way » s'applique surtout à une transformation de son offre, en lien étroit avec les nouveaux besoins de ses clients grands et petits, internationaux ou locaux.

Ipsos a cessé il y a déjà plusieurs années d'être juste, et seulement, une société d'étude par enquêtes même si nos clients continuent à acheter beaucoup de projets basés sur l'interrogation, via des supports électroniques ou plus classiques, de clients, de consommateurs et de citoyens. Le récent lancement de nouveaux services géolocalisés utilisant les moyens spécifiques déployés par Google aux États-Unis et permettant d'interroger sur leurs mobiles des clients de magasins ou d'autres lieux au plus près de leur expérience, démontre s'il en était besoin que les protocoles de recherche basés sur des enquêtes ont une longue vie devant eux. Mais nous savons aussi qu'au moment où les sources d'information se multiplient, alors que les technologies permettent de collecter, de stocker et d'analyser des flux considérables de données nouvelles, et sans aucun doute, très riches en information sur les comportements et les sentiments des individus, nos services doivent dès maintenant les intégrer et ainsi nous permettre d'améliorer de façon radicale la pertinence de nos services et in fine leur capacité à mesurer, expliquer et prédire.

La montée en puissance rapide des « nouveaux services » rendue possible par une mobilisation des équipes et un effort d'investissement sans précédent témoigne du nouveau chemin qu'Ipsos a décidé de construire et d'emprunter.

Nos premiers pas sur ce nouveau chemin sont encourageants. Ils démontrent s'il en était besoin l'extrême importance qu'accordent nos clients à disposer d'informations justes et pertinentes qui leur permettent de mieux décider et ainsi d'améliorer leur situation concurrentielle.

Au-delà des difficultés résiduelles rencontrées dans tel ou tel marché, les équipes d'Ipsos, Game Changers par excellence, disposent des idées et des moyens pour retrouver le chemin d'une croissance rentable et pérenne.



Communiqué de presse – suite – 22 avril 2015

Prochaine publication : 22 juillet 2015, résultats semestriels.

À propos d'Ipsos

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective dans 87 pays, il emploie plus de 16 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays. Créé en 1975, Ipsos est contrôlé et dirigé par des professionnels des études. Ils ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique de multi-spécialistes – Etudes sur les Médias et l'Expression des marques, Recherche Marketing, Etudes pour le Management de la Relation Clients / Employés, Opinion et recherche sociale, Recueil et Traitement des Données sur mobile, internet, face à face –. Depuis 1999, Ipsos est coté sur l'Eurolist de NYSE-Euronext Paris.

GAME CHANGERS

« Game Changers » est la signature publicitaire d'Ipsos.

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux à propos des individus, des marchés, des marques et de la société. Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation.

Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques.

Nous leur délivrons sécurité, rapidité, simplicité et substance.

Nous sommes des Game Changers.

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