



## Communiqué de Presse

### Ipsos en 2006 Croissance supérieure à celle du marché

**Chiffre d'affaires : 857,1 millions d'euros**

**Croissance totale annuelle : +19,4%**

**Croissance organique annuelle : +6,5%**

**Paris, le 15 février 2007.** Le chiffre d'affaires consolidé d'Ipsos s'établit pour l'ensemble de l'année 2006 à 857,1 millions d'euros, soit une progression de 19,4 % par rapport à 2005. C'est la plus forte progression annuelle des activités depuis 2001.

- Les effets de change ont été presque négligeables. Ils contribuent à la croissance pour 0,6%.
- Les effets de périmètre sont importants. Ils pèsent pour 12,3%, moins qu'en début d'année compte tenu de l'intégration de MORI au Royaume Uni en octobre 2005 et de celle d'Understanding UnLtd aux Etats-Unis en novembre 2005.
- La croissance organique est de 6,5%. Elle est à comparer à la croissance du marché qui est estimée à 5%, un peu en-dessous des prévisions de début d'année, en raison de la poursuite du développement des systèmes de collecte de données online et aussi des transferts de budgets de l'Europe vers les pays émergents. Ces deux phénomènes ont en commun de créer un effet déflationniste dans un marché qui est resté dynamique.

Dans ces conditions, les performances enregistrées par Ipsos dans les **différentes régions** du monde sont contrastées.

<b>Contribution par zone géographique</b> (en millions d'euros)	2006	2005	Variation 2006/2005	Dont croissance organique	Composition 2006
Europe	400,8	331,2	21%	2,5%	47%
Amérique du Nord	291,4	242,6	20%	8,5%	34%
Amérique latine	85,1	69,4	22,5%	14%	10%
Asie Pacifique et Moyen Orient	79,8	74,8	7%	10%	9%
<b>Chiffre d'affaires annuel</b>	<b>857,1</b>	<b>718,0</b>	<b>19,4%</b>	<b>6,5%</b>	<b>100%</b>

Dans les régions Asie Pacifique et Moyen Orient, les performances sont bonnes puisqu'en dehors du Japon, la croissance organique dans la plupart des autres marchés est largement supérieure à 10%.

Les trois autres régions ont progressé au même rythme mais avec des composantes différentes.

L'Amérique latine a été surtout portée par sa croissance organique, remarquable, qui témoigne de la qualité des équipes et de la position de leader qu'occupe Ipsos tant au niveau régional qu'à celui des principaux pays : Mexique, Brésil mais aussi Colombie et Argentine.

L'Amérique du Nord a connu une année excellente, équilibrée entre des effets de périmètre importants (+10,5%) et une croissance organique forte (+8,5%), bien supérieure à celle du marché. Là aussi la compétence et l'engagement des équipes, et l'organisation d'Ipsos par spécialisation ont fait la différence.

L'Europe a été surtout portée par les effets positifs de l'intégration de MORI et la création d'Ipsos MORI au Royaume-Uni et en Irlande. Par contre, la croissance organique a été faible, en raison d'un quatrième trimestre qui n'a pas été bon en Europe continentale de l'Ouest. Cette contreperformance, limitée à cette zone, est la conséquence de deux phénomènes spécifiques :

- L'activité commerciale en novembre et en décembre a été ralentie, singulièrement auprès des entreprises de la grande consommation (alimentaire, boissons, produits d'entretien) qui ont souvent reporté au début de 2007 leurs programmes de recherche.
- La mise en place de grands contrats, gagnés après compétition, a été dans plusieurs cas plus lente que prévu.

Les effets négatifs de ces deux facteurs vont naturellement disparaître dans les premiers mois de 2007.

Le carnet de commandes d'Ipsos en Europe à la fin du mois de janvier 2007 est en progression de 10% par rapport au même mois de 2006, et rend ainsi confiant sur un bon début d'année, d'autant que les autres zones et notamment l'Amérique du Nord enregistrent également un fort niveau de commandes.

Il faut enfin relever qu'en raison des règles de calcul de la croissance organique auxquelles Ipsos s'astreint, les performances de MORI en 2006 n'apparaissent pas dans le taux de croissance organique affiché. En 2006, le chiffre d'affaires pro forma de l'entité Ipsos MORI - résultant de la fusion entre Ipsos UK et MORI - a progressé de plus de 6% par rapport à 2005, surperformant largement le marché britannique dont la croissance a été de l'ordre de 2 à 3%.

Le rythme de croissance d'Ipsos diffère d'une **ligne de métier** à l'autre.

<b>Contribution par secteur d'activité</b> (en millions d'euros)	2006	2005	Variation 2006/2005	Dont croissance organique	Composition 2006
Études Publicitaires	181,8	163,7	11%	12%	21%
Études Marketing	419,8	388,7	8%	1%	49%
Études Médias	58,8	53,1	10,5%	10%	7%
Opinion & Recherche Sociale	115,3	51,3	125%	24%	13%
Études de Satisfaction de Clientèle	81,4	61,2	33%	8%	10%
<b>Chiffre d'affaires annuel</b>	<b>857,1</b>	<b>718,0</b>	<b>19,4%</b>	<b>6,5%</b>	<b>100%</b>



## Communiqué de presse – suite – 15 février 2007

Le secteur des études marketing est le plus stable, notamment en Europe pour les raisons indiquées ci-dessus.

Les autres lignes de métier évoluent très favorablement. Ipsos ASI, l'organisation dédiée à la mesure de l'efficacité publicitaire, connaît pour la 8<sup>me</sup> année consécutive une croissance organique à deux chiffres. Son extension à de nouveaux marchés, notamment en Europe centrale et en Asie ainsi que les gains de nouveaux contrats importants par leur taille et leur qualité expliquent cette excellente performance.

A noter également, en raison de l'acquisition de MORI mais aussi grâce à une croissance organique remarquable, le doublement de la taille de l'activité Opinion et Recherche sociale qui s'affirme comme l'une des spécialisations majeures – et des plus prometteuses – d'Ipsos.

**La marge opérationnelle d'Ipsos** sera en 2006, conformément à ce qui a été indiqué en novembre, du même ordre qu'en 2005. Retraite d'éléments exceptionnels tels que les coûts de restructuration liés à la fusion d'Ipsos UK et de MORI, et d'autres éléments non récurrents, elle sera en amélioration sensible, marquant ainsi la détermination et la capacité d'Ipsos à la faire progresser de façon structurelle au cours des prochaines années.

**Perspectives 2007.** La progression du marché en 2007 devrait être de l'ordre de 5%. L'objectif d'Ipsos est d'atteindre une croissance organique largement supérieure à celle du marché, et plus forte que celle de 2006, et de poursuivre de façon très significative l'amélioration de ses marges.

La capacité d'Ipsos à atteindre un taux de marge de 10% dépend de sa croissance dans toutes les régions du monde et dans toutes ses lignes de métier.

A l'occasion de la publication de ses résultats 2006, le 20 mars 2007, Ipsos détaillera ses objectifs et ses plans pour une croissance rentable et soutenue en 2007 et au-delà. D'ici 2011, Ipsos prévoit à taux de change constants, une croissance annuelle moyenne de 15%, moitié par croissance organique, moitié par acquisitions. Pour 2011, l'objectif de marge opérationnelle est de 12%.

**Ipsos annonce également ce jour l'acquisition de la société péruvienne Apoyo Opinión y Mercado qui fait l'objet d'un communiqué séparé.**

### **Nobody's unpredictable**

*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 d'Euronext.

La société fait partie de l'indice SBF 120 et Mid-100, et adhère au segment Next Prime. Elle est également éligible au SRD.

**Code Isin FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP**

**[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)**