



Ipsos

Présentation des Résultats Annuels 2000

29 mars 2001



## Résultats annuels 2000

- Un nouveau leader mondial
- Dans un marché robuste
- Déclinant une stratégie de spécialisation et d'intégration
- Des résultats annuels 2000 en forte progression



# Un nouveau leader mondial



## Un changement de dimension

- Le chiffre d'affaires d'Ipsos aura plus que doublé en trois ans

1999 : +16% 231 millions €

2000 : +43% 329 millions €

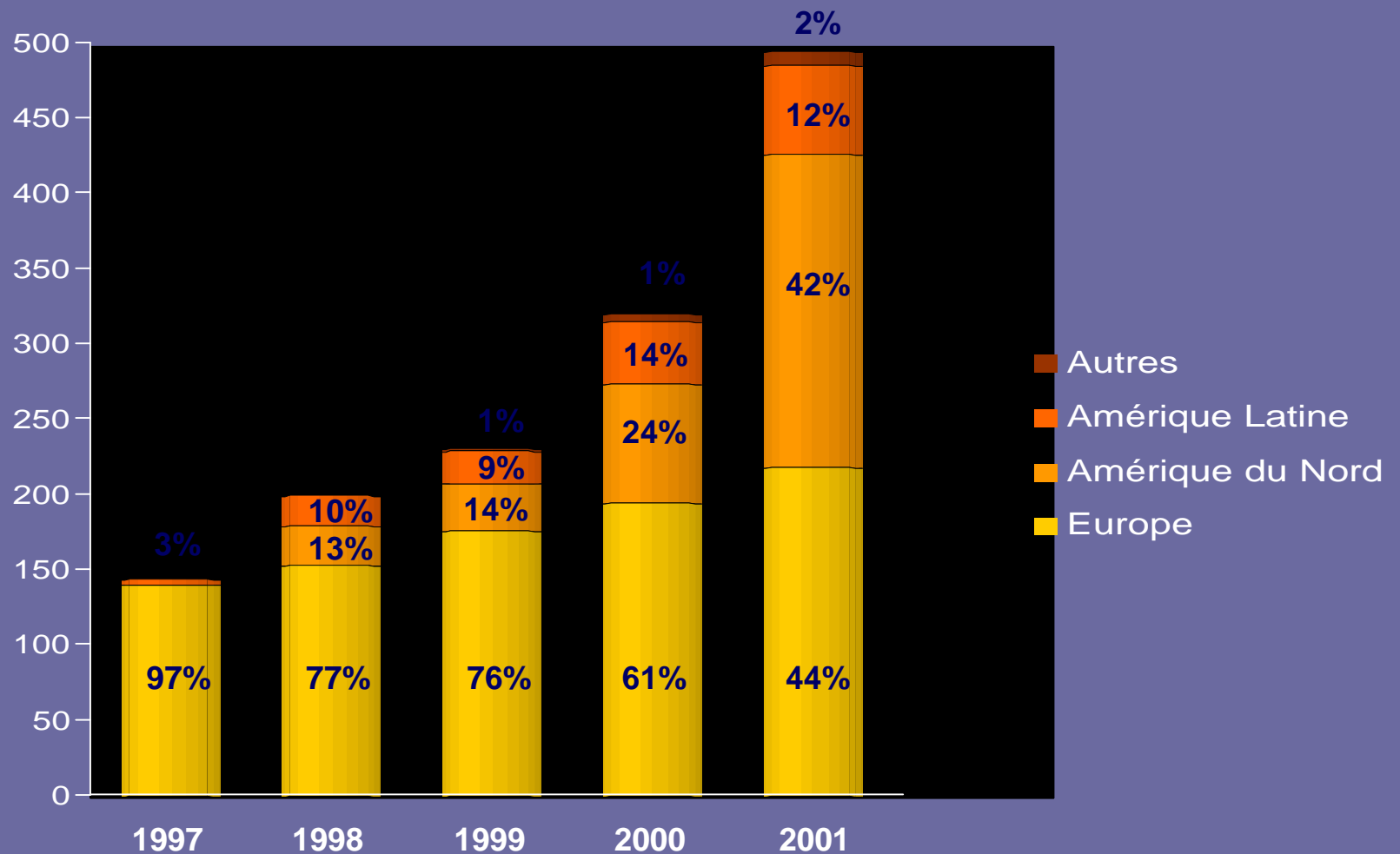
2001 : +50% près 500 millions €



# Un nouvel équilibre géographique

Millions d'euros

Chiffre d'affaires consolidé Ipsos





# Un nouveau leader dans son métier : les enquêtes

Le marché des études est segmenté entre les panels et les enquêtes

## Panels

Données recueillies par voie de relevés

**1/3 du marché**

Un marché concentré  
Profitable si monopole  
Croissance moyenne  
Multiclients

## Acteurs majeurs

VNU, IMS Health, IRI  
... 80% du segment panels  
Et aussi  
TNS, GfK, Observer

## Enquêtes

Données recueillies par voie d'enquêtes

**2/3 du marché**

Un marché encore dispersé  
Profitable si leadership  
Croissance forte  
Mono ou multiclients

## Acteurs majeurs

Kantar, NFO, TNS, Ipsos, VNU  
... 25% du segment enquêtes  
Et aussi  
GfK, UIG, Westat



## Le marché des études

Rang	Sociétés		CA 2000 (M\$)*
1	VNU (Nielsen)	USA	2 215
2	IMS (Health)	USA	1 255
3	The Kantar Group Ltd	UK	785
4	Taylor Nelson Sofres	UK	750
5	Interpublic (NFO)	USA	600
6	Information Resources Inc.	USA	530
7	GfK Group	Germ.	440
<b>8</b>	<b>Ipsos S.A.</b>	<b>France</b>	<b>400</b>
9	United Information Group Ltd	UK	270
10	Westat	USA	260

\*Ce classement proforma intègre toutes les acquisitions annoncées jusqu'au  
(Evaluation Ipsos) 28/02/2001



## Un nouveau leader mondial dans son métier : les enquêtes

Rang	Sociétés		CA 2000 (M\$)* Enquêtes
1	The Kantar Group Ltd	UK	785
2	Interpublic (NFO)	USA	600
3	Taylor Nelson Sofres	UK	415
4	<b>Ipsos S.A.</b>	<b>France</b>	<b>400</b>
5	VNU (Nielsen)	USA	385
6	United Information Group Ltd	UK	270
7	Westat	USA	260
8	The Arbitron Co.	USA	207
9	GfK Group	Germ.	200
10	Maritz Marketing Research Inc.	USA	190

\*Ce classement proforma intègre toutes les acquisitions annoncées jusqu'au  
(Evaluation Ipsos) 28/02/2001



# Un marché robuste

## Un marché qui progresse fortement

- Une croissance d'environ 9 % par an
- Un marché qui progresse fortement sous l'influence de trois facteurs
  - le niveau de concurrence accrue des marchés
  - le développement des démarches études qui intègrent les problématiques Consommateurs, Clients et Citoyens
  - l'internationalisation des marchés, des marques

# Plus rapidement que le marché publicitaire

Croissance moyenne sur 10 ans (1990 – 1999)

	Marché Publicitaire %	Marché des études %	Delta de croissance
USA	4,9	9,6	+4,7
UK	5,0	10,8	+5,8
Allemagne	6,1	10,5	+4,4
France	2,7	6,1	+3,4



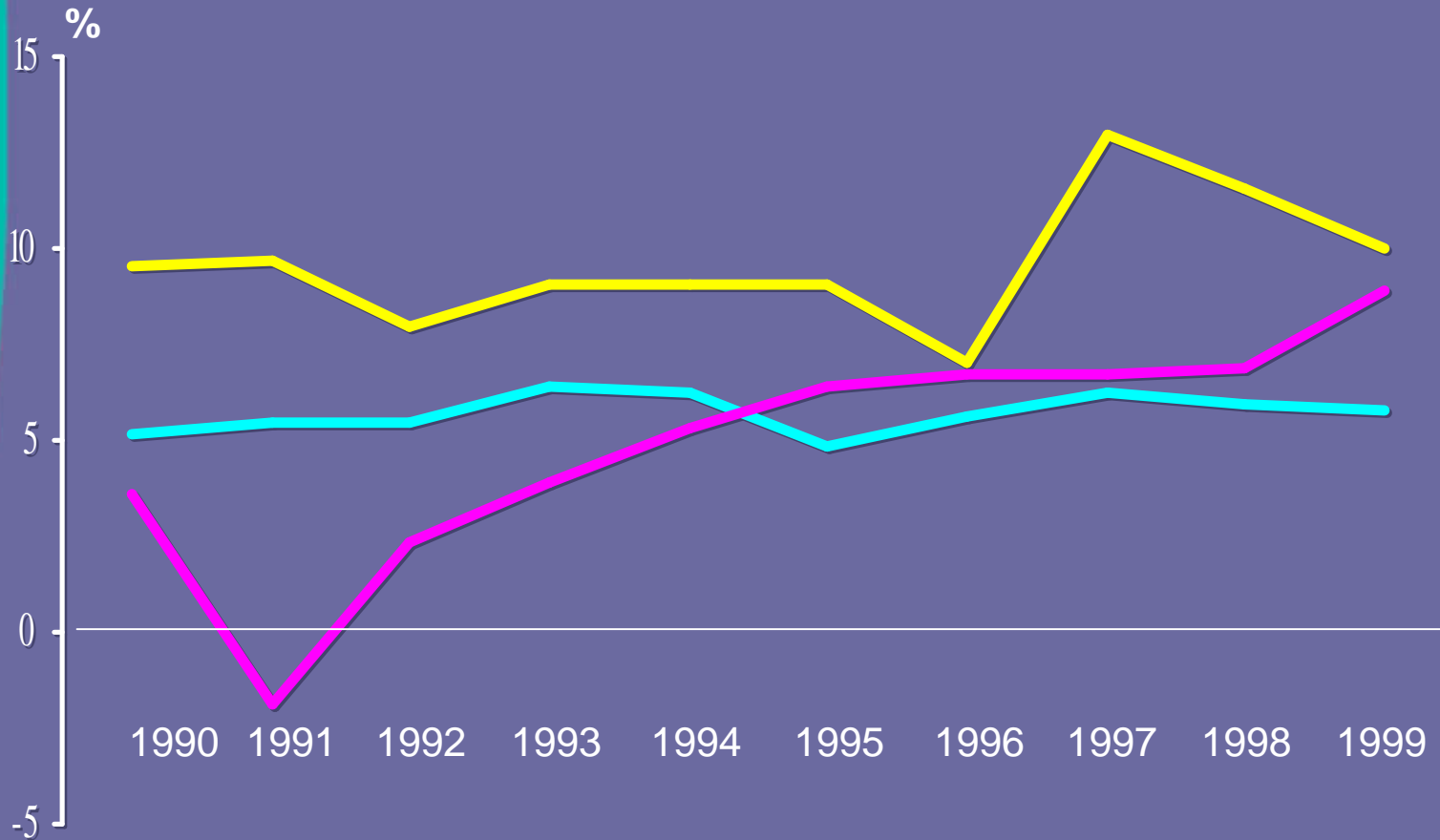
## Un marché qui construit sa propre dynamique

- Les entreprises dans le monde dépensent 500 milliards de US\$ en publicité
  - pour vendre leurs produits et services
- Et 15 milliards de US\$ en études
  - pour sélectionner leurs idées
  - et réduire les risques



# Un marché peu cyclique : l'exemple américain

Taux de croissance annuel



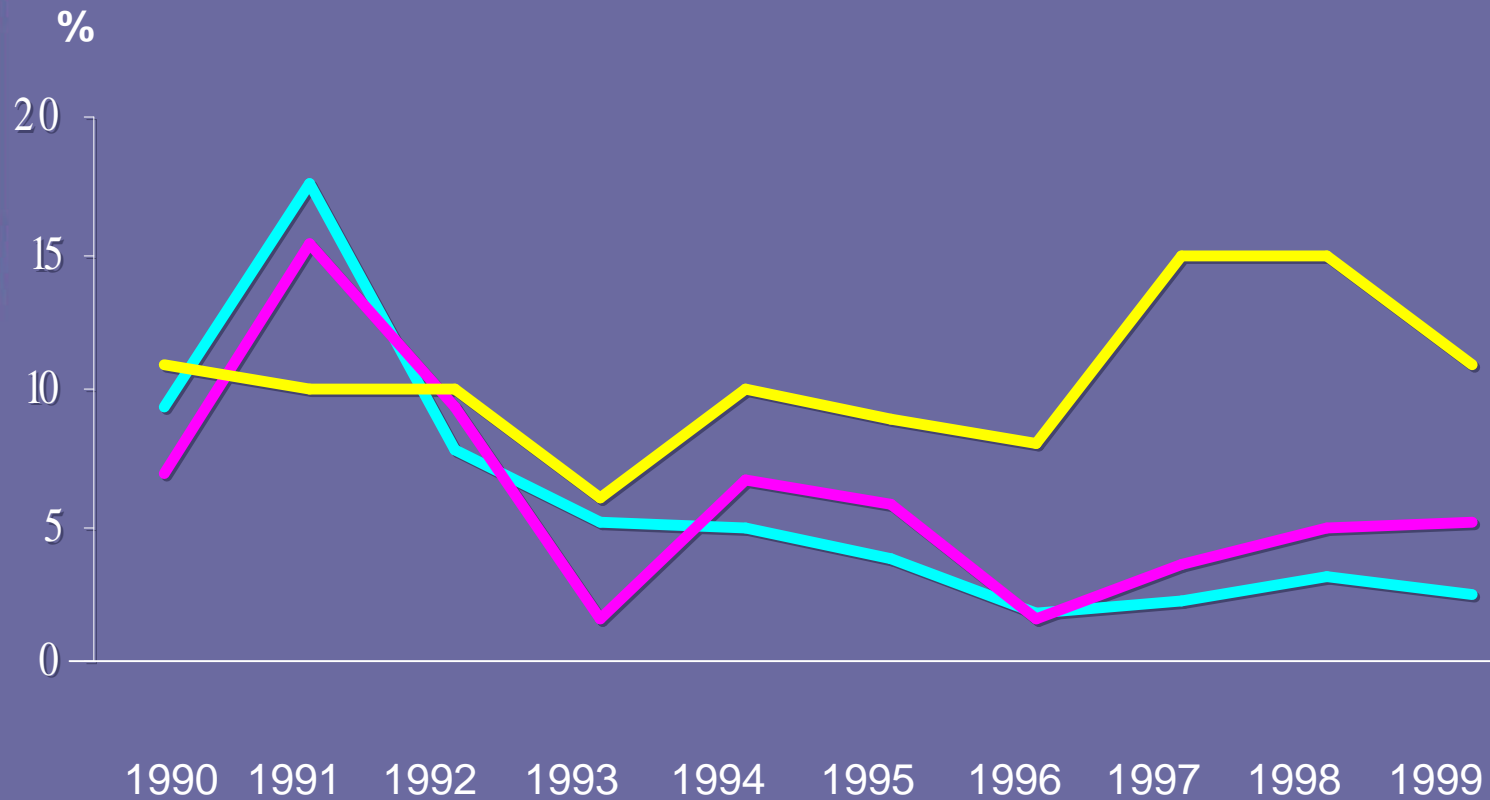
PNB

Marché publicitaire

Marché des études

# L'exemple du marché allemand

Taux de croissance annuel



PNB

Marché publicitaire

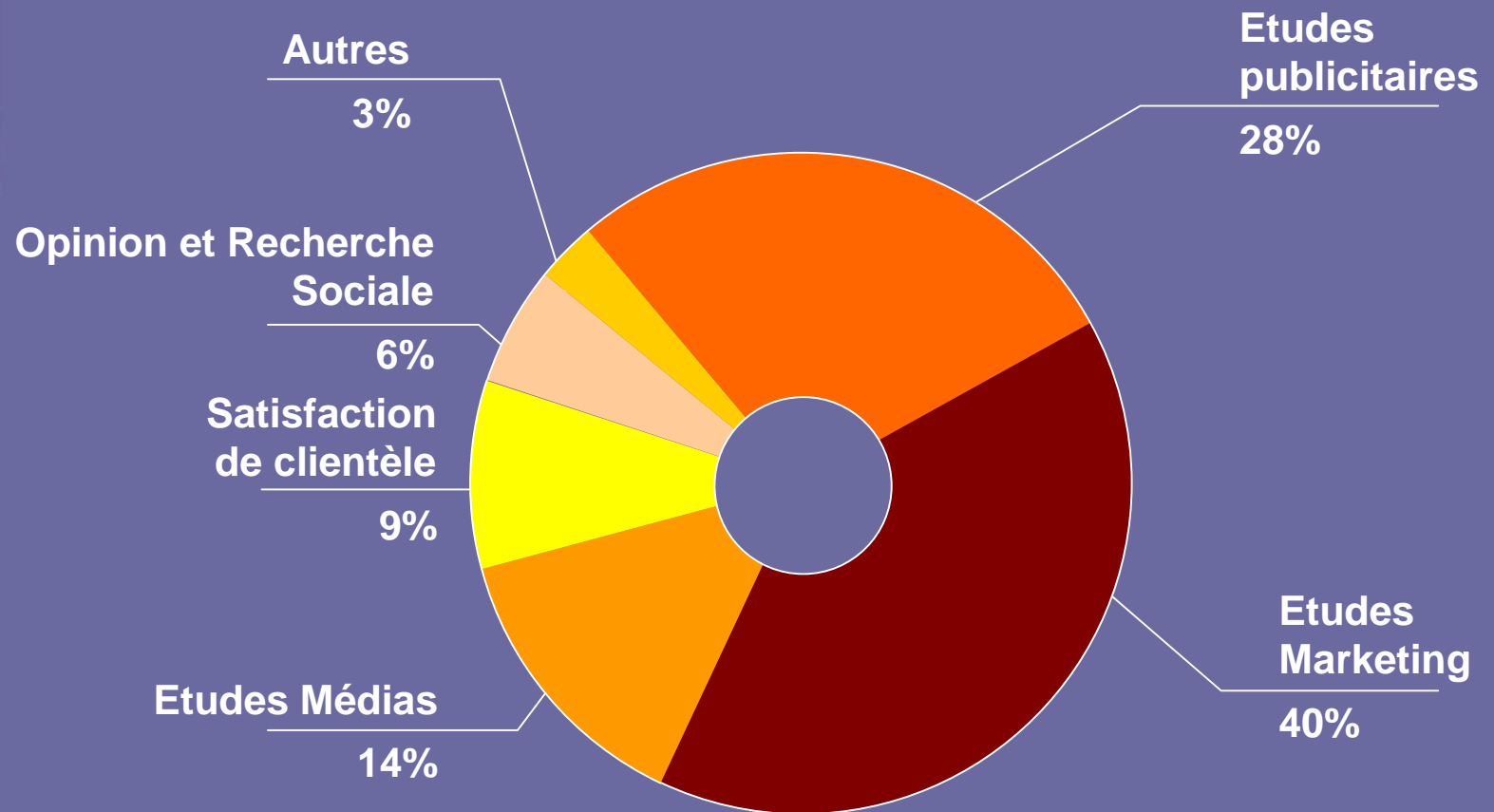
Marché des études



# Une stratégie de spécialisation et d'intégration

# Une entreprise spécialisée

Chiffre d'affaires consolidé 2000





# Un maillage serré de compétences

	Publicité	Marketing	Médias	Opinion Recherche Sociale	Qualité Satisfaction de clientèle
Europe	X	X X	X X	X	X
Amérique du Nord	X	X X	X X	X	X
Amérique Latine	X X	X X		X	
Asie Pacifique	X	X X X	X X	X X	X
	X	X X	X		

Année d'intégration ou de développement des activités

X 1998

X 1999

X 2000

X 2001



# Une stratégie d'intégration maîtrisée

L'exemple d'Ipsos North America

*Par Simon Kooyman*

## L'importance d'une présence forte en Amérique du Nord (1)

- Dans le secteur des produits de consommation, les entreprises américaines sont un creuset permanent de marques mondiales qui :
  - sont soumises à des influences culturelles multiples
  - mettent en œuvre un marketing de plus en plus ciblé sur des segments étroits
  - et mobilisent des techniques de l'évaluation du mix-marketing toujours plus évoluées
- Pour accroître leurs bénéfices, elles travaillent :
  - à une meilleure anticipation de l'adéquation demande/offre
  - à une différenciation croissante des produits/services
  - avec des cycles plus courts

## L'importance d'une présence forte en Amérique du Nord (2)

- **Les États-Unis : une source continue de techniques marketing**
  - systèmes de segmentation
  - décisions marketing axées sur le retour sur investissements
  - mesure de l'efficacité de la publicité et de la promotion
  - croisement des produits de consommation et de divertissement
  - développement de nouveaux circuits et supports de communication
  - marketing centré sur la gestion de la relation clientèle (CRM)
  - marketing via Internet



## Les compétences actuelles

	Ipsos-ASI	Ipsos-Reid	Ipsos-NPD
Publicité	X X		
Marketing		X	X
Médias			
Opinion		X	
Satisfaction clientèle			

X 1998

X 2000

X 2001



## Les atouts du Groupe en Amérique du Nord

- Positions phares aux États-Unis et au Canada
- Relations clientèle internationales
- Techniques et méthodes reproduites dans d'autres pays Ipsos
- Similitude des méthodes de collecte des données (échantillons aléatoires, access panels off-line et on-line, courrier/téléphone/face à face)
- Notoriété de la marque Ipsos en tant qu'outil marketing



## Axes d'amélioration de la rentabilité

- **Coordination de la relation clientèle et du développement commercial**
- **Partage des systèmes de gestion**
- **Intégration des fonctions de production**
- **Développement de la notoriété d'Ipsos au delà du marché des études**
- **Management de qualité**
- **Acquisitions et partenariats**



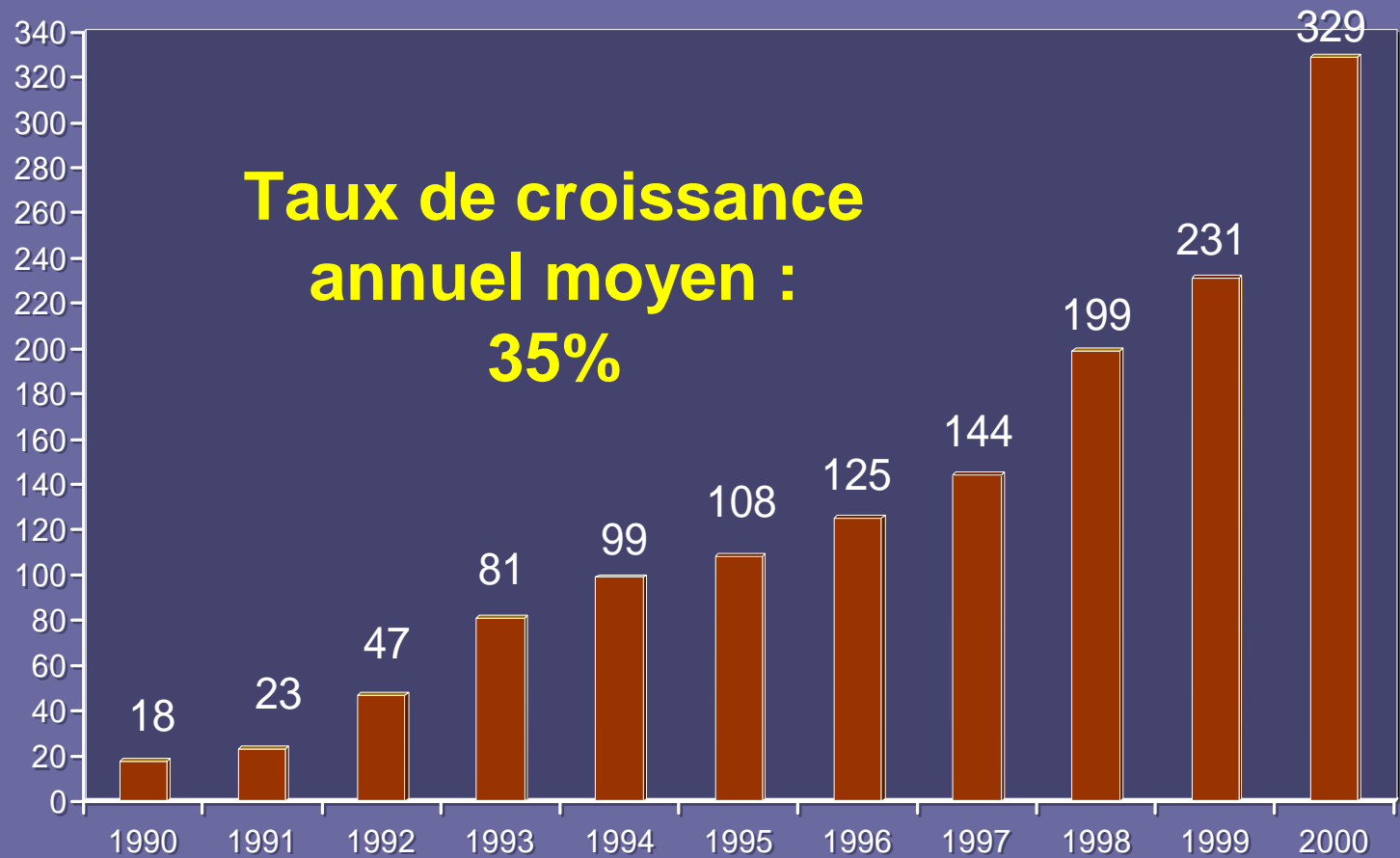
# Résultats annuels 2000



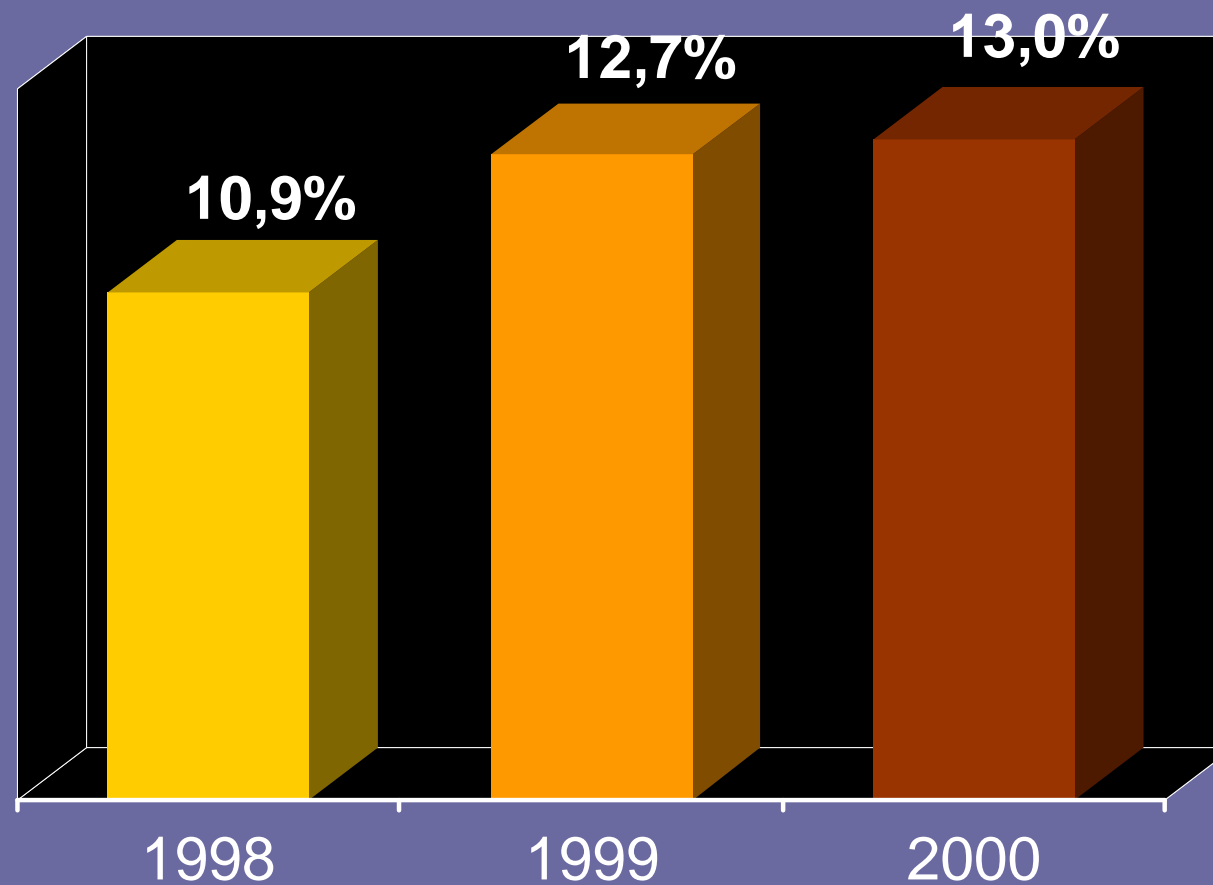
# Une croissance continue

Millions d'euros

## Chiffre d'affaires consolidé Ipsos



## Une croissance organique soutenue ...





## ... sur toutes les lignes de métiers ...

	2000/ 1999	Croissance organique*
Etudes publicitaires	+ 41%	+ 14%
Etudes Marketing	+ 43%	+ 8%
<i>dont études qualitatives</i>	+24%	+ 18%
Médias	+ 29%	+ 12%
Opinion et recherche sociale	+ 77%	+ 15%
Qualité et satisfaction de clientèle	+ 35%	+ 30%
<b>Total</b>	<b>+ 43%</b>	<b>+ 13%</b>

\* à taux de change et périmètre constants

## ...et sur l'ensemble des marchés

	2000/ 1999	Croissance organique*
Europe	+ 16%	+ 10,4%
Amérique du Nord	+ 145%	+ 12,0%
Amérique Latine	+ 112%	+ 30,3%
Autres	ns	ns
<b>Total</b>	<b>+ 43%</b>	<b>+ 13%</b>

\* à taux de change et périmètre constants

## Des résultats en nette progression

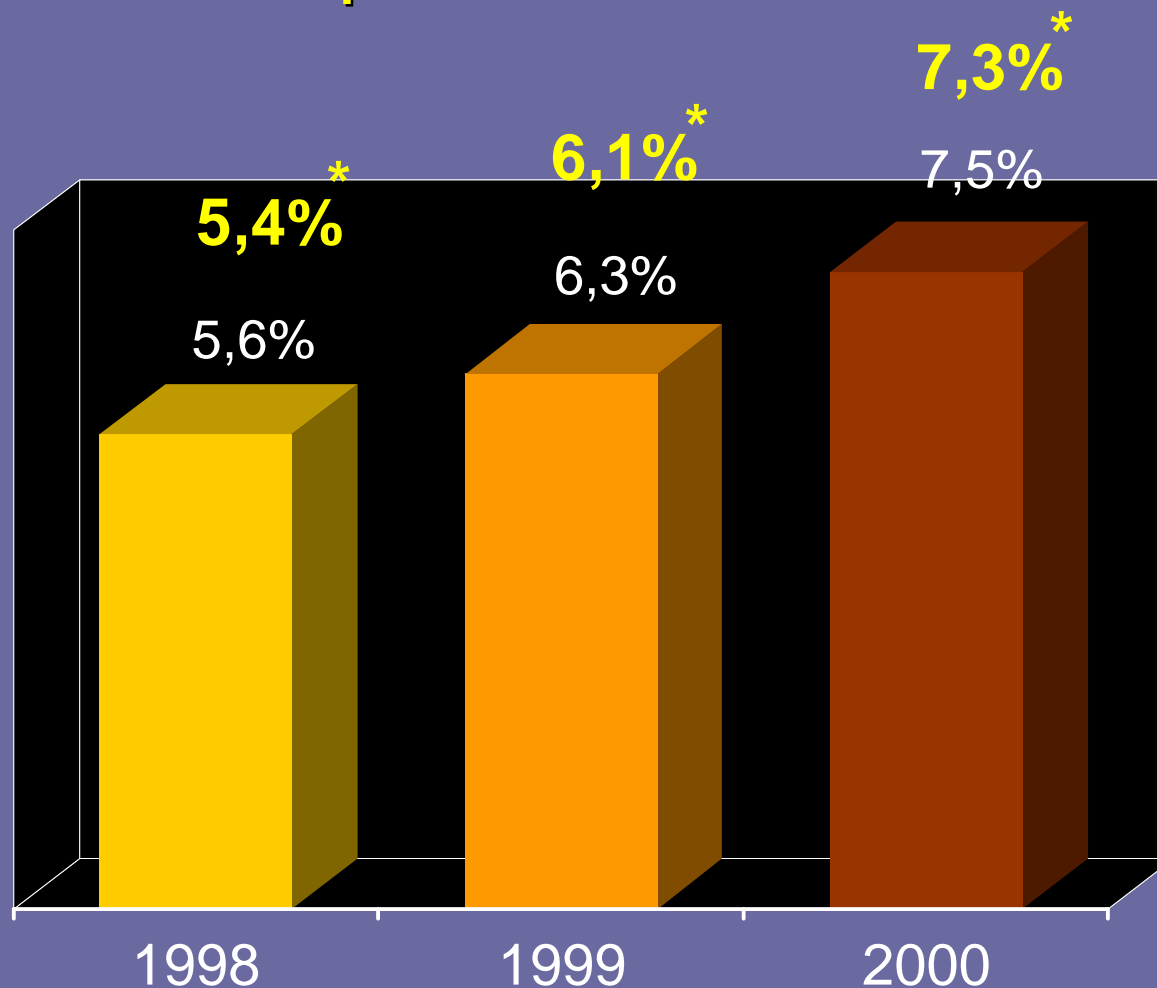
millions d'euros	1998	1999	2000	Evo. 00/99
Chiffre d'affaires	199	231	329	+43%
Marge brute	110	127	183	+44%
Résultat d'exploitation *	10,7	14,0	24,1	+72%
Résultat financier	-2,0	-1,8	-1,5	--
Résultat exceptionnel	-0,8	-0,4	-1,7	--
Résultat avant impôt	7,9	11,8	20,9	+77%
<i>Stés mises en équivalence</i>	--	-0,7	-1,4	--
Résultat net, Part du groupe**	4,2	7,3	12,3	+69%

\* après participation des salariés

\*\* avant amortissement des écarts d'acquisition

# Une forte amélioration de la marge d'exploitation

Résultat d'exploitation / Chiffre d'affaires



\* Après participation des salariés

## Une structure financière renforcée

millions d'euros	1998	1999	2000
Capitaux propres totaux	36	61	177
Dettes financières nettes	32	24	(12)
Ratio d'endettement	89%	39%	--
Capacité d'autofinancement	11	14	21
Rés. exploitation / frais fin.	x 5,6	x 8,1	x 16,1

**Augmentation de capital juin 2000 :  
110 M€ d'ABSA**



# Conclusion



## Ipsos en 2001-2004

- Un leader mondial avec un bon équilibre géographique
- Une notoriété accrue avec des spécialisations affirmées
- Une utilisation maîtrisée des techniques on-line

## Ipsos en 2001-2004

- **2001 : des objectifs confirmés**
  - chiffre d'affaires : + 50%, près de 500 M€
  - marge d'exploitation (ap. participation) : 8%
  
- **2002-2004 : une croissance soutenue**
  - chiffre d'affaires : + 20% en moyenne par an  
Dont >10% de croissance organique
  - marge d'exploitation en progression de 0,5 point par an



Ipsos