



## Communiqué de Presse

### Chiffre d'affaires 2008 : Ipsos progresse plus vite que son marché et entend poursuivre sa croissance en 2009

#### Croissance organique annuelle : + 7,8% Chiffre d'affaires en hausse de 5,6% à 979,3 millions d'euros

Paris, 12 février 2009. Le chiffre d'affaires consolidé d'Ipsos en 2008 est de 979,3 millions d'euros en progression de 5,6% par rapport à 2007, porté par une croissance organique de 7,8 %.

- Les effets de périmètre ont contribué à hauteur de 3,7% au chiffre d'affaires du Groupe, en raison de l'intégration de Forward Research (USA) depuis le 1er janvier, de Monroe Mendelsohn (USA) depuis le 1er avril, de Livra (Argentine) et de B-Thinking (Chine) depuis le 1er juillet, d'Alfacom (Brésil) depuis le 1er septembre, et de Strategic Puls (Balkans) depuis le 1<sup>er</sup> octobre.
- Les effets de change ont été défavorables de 5,9%.
- La croissance organique est de 7,8%. Malgré un dernier trimestre moins favorable (6,6% de croissance organique), Ipsos encore une fois confirme sa solidité et sa capacité à croître plus vite que son marché (dont la progression en 2008 est estimée à 5%).

La croissance par zone géographique est toujours vive dans les pays en développement, soutenue en Europe de l'Ouest et modérée en Amérique du Nord et au Japon.

Contribution par zone géographique (en millions d'euros)	2008	2007	Variation 2008/2007	Dont croissance organique	Composition 2008
Europe	475,8	449,1	6%	9%	48%
Amérique du Nord	280,4	285,2	(1,5%)	1,5%	29%
Amérique latine	119,2	101,1	18%	18,5%	12%
Asie Pacifique et Moyen Orient	103,9	91,8	13%	11%	11%
<b>Chiffre d'affaires annuel</b>	<b>979,3</b>	<b>927,2</b>	<b>5,6%</b>	<b>7,8%</b>	<b>100%</b>

Les différentes lignes de métier qu'Ipsos déploie à l'échelle mondiale ont évolué de façon contrastée. Les Études Marketing continuent à progresser à un rythme régulier tandis que les Études Publicitaires et les Études liées à la Gestion de la Relation Client ont connu un ralentissement en fin d'exercice. A noter les performances des Études d'Opinion et des Études Médias qui enregistrent toujours une croissance organique à deux chiffres.

Contribution par secteur d'activité (en millions d'euros)	2008	2007	Variation 2008/2007	Dont croissance organique	Composition 2008
Études Publicitaires	209,4	199,7	5%	7%	21%
Études Marketing	468,0	445,0	5%	6%	48%
Études Médias	78,2	66,7	17%	13%	8%
Opinion & Recherche Sociale	126,3	123,9	2%	12%	13%
Études pour la gestion de la Relation Client	97,4	91,9	6%	7,5%	10%
<b>Chiffre d'affaires annuel</b>	<b>979,3</b>	<b>927,2</b>	<b>5,6%</b>	<b>7,8%</b>	<b>100%</b>

La création d'Ipsos MediaCT implique le transfert d'environ 20 millions d'euros d'activité sur une base annuelle depuis la division Ipsos Marketing vers la division Ipsos MediaCT. Les données 2007 sont celles qui ont déjà été publiées en 2007 (avant transfert) et les données 2008 tiennent compte de ces transferts. En revanche, la croissance organique de ces deux lignes de métier est calculée pro forma avant l'effet de ces transferts.

**Ipsos publiera ses comptes annuels 2008 le 18 mars 2009.** Ils montreront que la marge opérationnelle d'Ipsos continue à progresser en dépit du contexte économique dégradé et d'effets de change défavorables (notamment sur le dollar US et la livre sterling).

### Perspectives 2009

Au cours des dernières semaines, la crise économique mondiale s'est poursuivie et, dans une certaine mesure, aggravée. Tous les pays sont touchés ainsi que la majorité des acteurs économiques. Les experts n'ont jamais été aussi nombreux et bruyants et leurs points de vue rarement aussi discordants sur la gravité de la crise, sa durée, son ampleur et les actions que les institutions publiques et privées devraient entreprendre.

A ce stade, Ipsos constate que :

- 1) Le besoin d'information sur les comportements, les attitudes, l'évolution du moral et des mentalités des consommateurs et des citoyens n'a jamais été aussi important.
- 2) Les plans d'action des clients sont souvent de court terme. Leurs engagements fermes couvrent un trimestre ou deux plutôt que l'année entière.
- 3) La situation du marché n'est pas équivalente d'un secteur à l'autre. Ainsi, à l'inverse des institutions financières et des constructeurs automobiles qui adoptent des politiques restrictives, le secteur public et la plupart des entreprises du secteur de la grande consommation mettent en œuvre des politiques actives soutenant ainsi l'ensemble du marché.
- 4) La crise actuelle marque évidemment le début de profonds changements. Les politiques d'innovation, de relation avec les clients, de gestion des marques, de management des ressources humaines, et plus encore les rapports entre les consommateurs/citoyens et les entreprises et les institutions, sont appelés à se transformer. C'est pour les sociétés d'études, et pour Ipsos en particulier, une formidable opportunité pour renforcer leurs liens avec leurs clients et développer de nouveaux services qui aideront les entreprises et les institutions à imaginer et piloter de façon optimale leur futur.

En 2009, le marché des études montrera sa résilience à la crise. Ipsos s'estime en mesure de poursuivre sa croissance, certes à un rythme moins soutenu que les années précédentes, et de maintenir ses marges – a minima – au niveau atteint en 2008.

**Ipsos publiera l'ensemble de ses résultats 2008 le 18 mars 2009 à 17h45 (heure de Paris).**



## 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-100 est également éligible au SRD.

**Code Is in FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP**  
**[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)**