



Communiqué de Presse

Premier trimestre 2008 La croissance d'Ipsos est plus rapide que prévu

Croissance organique : + 9,6%
Chiffre d'affaires en hausse de 6,2% à 217,3 millions d'euros

Paris, le 14 mai 2008. Le chiffre d'affaires d'Ipsos au premier trimestre 2008 s'établit à 217,3 millions d'euros, en hausse de 6,2% par rapport à la même période de l'année 2007.

La croissance organique est de 9,6%, performance supérieure à ses objectifs annuels et d'autant plus remarquable que le premier trimestre 2007 avait été lui-même très bon (+10,3%).

Les effets de change ont été négatifs de 6,4% en raison notamment d'un taux moyen de 1,4989 USD pour 1 euro – à comparer au taux moyen du premier trimestre 2007 de 1,3103 USD pour 1 euro – et d'un taux moyen de 0,7573 GBP pour 1 euro – à comparer au taux moyen du 1^{er} trimestre 2007 de 0,6705 GBP pour 1 euro.

Les effets de périmètre ont compté pour 3% dans le chiffre d'affaires au premier trimestre 2008 en raison de l'intégration des sociétés Eureka (Australie), Indica Research (Inde), Markinor (Afrique du Sud), ResearchPartner (Norvège), et Forward Research (États-Unis). La société Monroe Mendelsohn qui opère désormais sous la marque Ipsos Mendelsohn et dont l'acquisition a été annoncée le 18 mars sera consolidée à compter du 1^{er} avril 2008.

Chiffre d'affaires consolidé (en millions d'euros)	2008	2007	2006
1 ^{er} trimestre	217,3	204,7	188,0
2 ^{ème} trimestre	-	238,4	219,7
3 ^{ème} trimestre	-	221,1	205,5
4 ^{ème} trimestre	-	263,0	244,1
Total exercice	-	927,2	857,3

Croissance par région

Les taux de croissance sont différents d'une région à l'autre, cette hétérogénéité étant amplifiée par le poids modeste du chiffre d'affaires traditionnellement enregistré au 1^{er} trimestre (à peine 20% du chiffre d'affaires annuel).

- L'Amérique du Nord enregistre, comme prévu, une croissance faible en raison notamment des incertitudes liées à l'évolution de l'économie américaine. Cela étant, l'activité a redémarré au mois de mars, et avril a été excellent ; le 2^{ème} trimestre sera donc bien meilleur.
- L'Europe, après une année 2006 décevante, poursuit son redressement engagé en 2007. Les pays d'Europe centrale et de l'Est y contribuent, mais la plupart des marchés d'Europe de l'Ouest sont également en forte progression. Même atténuée, cette tendance très positive se poursuivra au 2^{ème} trimestre.
- Enfin les autres pays émergents restent dans une forte dynamique, étant entendu que dans la zone Asie-Pacifique où l'activité est toujours limitée au 1^{er} trimestre, le taux de croissance sera à nouveau au-dessus de 10% au 2^{ème} trimestre.

Contribution par zone géographique (en millions d'euros)	1 ^{er} trimestre 2008	1 ^{er} trimestre 2007	Evolution 2008/2007	Croissance organique
Europe	111,9	100,6	11,3%	13%
Amérique du Nord	64,9	67,8	(4,3%)	2,75%
Amérique latine	20,7	17,9	15,5%	19%
Asie-Pacifique / Moyen-Orient	19,8	18,4	7,9%	7,5%
Chiffre d'affaires trimestriel	217,3	204,7	6,2%	9,6%

Croissance par ligne de métier

Les volumes d'activité par ligne de métier connaissent eux aussi des évolutions contrastées. Cette hétérogénéité doit également être analysée de manière nuancée, compte tenu une fois encore du poids du 1^{er} trimestre dans l'activité annuelle.

A noter, le bon début d'année d'Ipsos ASI – la division d'Ipsos spécialisée dans la recherche publicitaire – qui enregistre à nouveau une croissance organique à deux chiffres, et d'Ipsos Public Affairs impulsé, il est vrai, par les élections en France, en Italie et en Espagne mais surtout par des performances excellentes en Amérique du Nord et au Royaume Uni dans les domaines de la recherche corporate (pour le compte des entreprises privées) et de la recherche sociale (pour les institutions publiques).

Ipsos Marketing poursuit un développement solide, notamment dans le secteur des services mais aussi avec la plupart des grands comptes mondiaux et régionaux.

Ipsos MediaCT, la nouvelle spécialisation d'Ipsos qui conduit des études pour les grands médias historiques comme pour leurs partenaires et nouveaux concurrents des médias numériques (Telecom et Technologie), poursuit sa mise en place. Son rythme de croissance devrait s'amplifier tout au long de l'année.

Enfin Ipsos Loyalty – la division études pour la gestion de la relation client – enregistre une bonne performance, dans la lignée des trimestres précédents.

Contribution par ligne de métier (en millions d'euros)	1 ^{er} trimestre 2008	1 ^{er} trimestre 2007	Evolution 2008/2007	Croissance organique
Études publicitaires	48,5	45,5	6,7%	11%
Études marketing	98,9	96,6	2,3%	7%*
Études médias	16,1	13,7	16,9%	3%*
Études d'opinion et recherche sociale	34,6	29,8	16,5%	22%
Études pour la gestion de la relation client	19,2	19,1	0,4%	9%
Chiffre d'affaires trimestriel	217,3	204,7	6,2%	9,6%

* 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.

Description générale des conditions de l'activité au cours du 1^{er} trimestre 2008

Hormis l'acquisition de Forward Research et de Monroe Mendelsohn aux États-Unis, il n'y a pas eu d'autres événements marquants. La situation financière de la Société, aussi bien en termes de capitaux propres que d'endettement, a continué de s'améliorer au cours de la période.

Les résultats du 1^{er} trimestre 2008, tant du point de vue de la marge opérationnelle que du résultat net, sont en ligne avec les objectifs d'amélioration de marge fixés par le groupe Ipsos pour l'ensemble de l'année 2008.

L'environnement pour 2008

L'année 2008 est placée sous le signe de la discordance. D'un côté une crise financière sans précédent, des hausses de prix record de très nombreuses matières premières, et surtout une résurgence de l'inflation qui entraîne une baisse de la valeur des actifs financiers et immobiliers et des inquiétudes chez les agents économiques, et plus généralement dans la population. D'un autre côté, les pays développés ne sont pas en récession, et les pays en développement connaissent un rythme de croissance de leurs économies qui reste proche des sommets de 2006 et 2007. La majorité des entreprises, singulièrement celles qui ont réussi leur internationalisation, continuent de croître et d'améliorer leur rentabilité. C'est le cas des principaux clients d'Ipsos.

Ceci explique cela. Ipsos a progressé au 1^{er} trimestre 2008 deux fois plus vite que ses principaux concurrents. A fin avril son carnet de commande est supérieur, à taux de change et périmètre constants, de plus de 10% par rapport à la même période de 2007.

Ses recettes sont les mêmes depuis plusieurs années : un réseau qui s'étoffe, des spécialisations qui s'affirment et qui permettent de développer une réelle expertise dans des domaines cruciaux, une organisation territoriale forte qui travaille avec les clients dans une très grande proximité, et enfin un état d'esprit. Celui d'une entreprise indépendante forte dans son métier, dirigée et contrôlée par des professionnels de ce métier. Elle est dans le groupe des principales sociétés d'études internationales la



Communiqué de presse – suite – 14/05/2008

seule dans ce cas. La situation que connaissent actuellement TNS, GfK, WPP et peut-être quelques autres, a peu de chance de faire dévier Ipsos de sa trajectoire.

Perspectives 2008

Les objectifs de 2008 sont confirmés : une croissance organique au moins égale à 8%, un chiffre d'affaires supérieur à 1 milliard d'euros et à 1,5 milliard de dollars, et une amélioration de sa marge opérationnelle.

Prochaines publications :

Mercredi 13 août 2008 : Chiffre d'affaires du 1^{er} semestre
Mercredi 27 août 2008 : Résultats du 1^{er} semestre

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