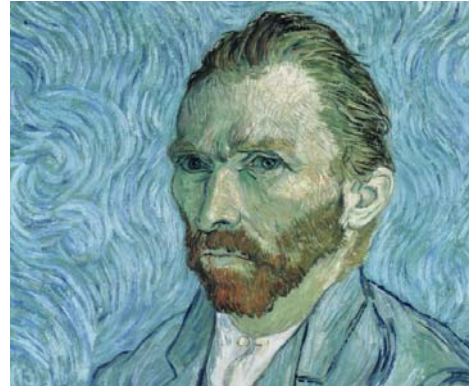


Que va-t-elle dire ?



Que va-t-il entendre ?



Quelles sont ses intentions ?

2005

Résultats semestriels

Réunion d'information

Nobody's Unpredictable



Paris, 21 Septembre 2005



Sommaire

- 1 – Chiffres clés
- 2 – Un marché actif
- 3 – La stratégie d'Ipsos
- 4 – Résultats semestriels
- 5 – Perspectives 2005-2006



Chiffres clés du 1^{er} semestre 2005

En millions d'euros

■ Chiffre d'affaires	321,8	+ 12,5 %
■ Marge opérationnelle	24,8	+18,0 %
■ Résultat net part du groupe	10,4	+19,6 %



Un marché actif

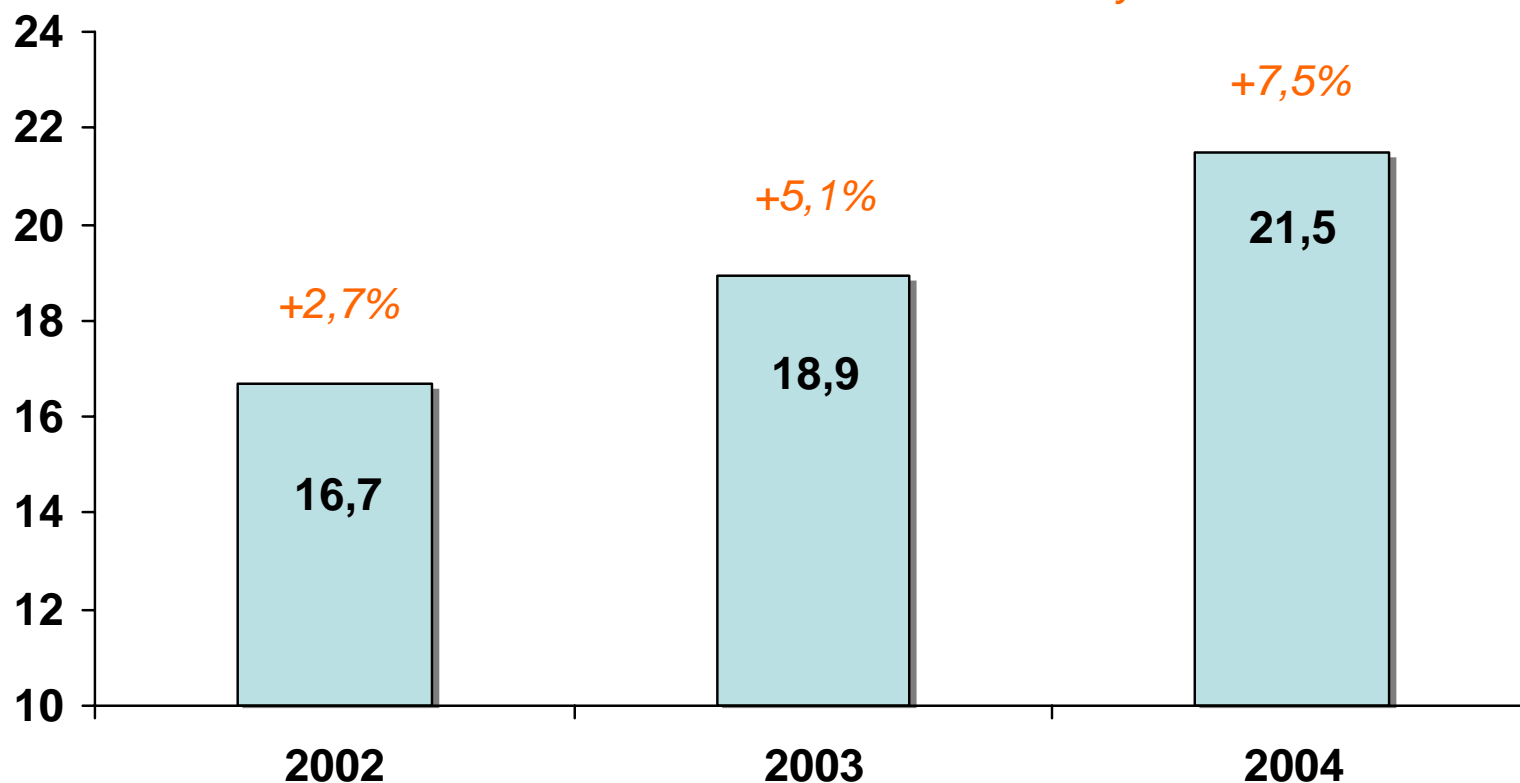


Un marché qui progresse

Un marché mondial de **21,5** milliards de USD

En milliards de USD

Rythme de croissance annuel



Source : Esomar ; les % expriment la croissance corrigée des effets de change



Les facteurs de croissance

■ Plus grande diversité sectorielle

- Un marché historiquement conduit par les entreprises de la grande consommation, les constructeurs automobile et les médias (TV)
- De nouveaux secteurs très actifs :
IT, Télécom, Finances, Santé, Distribution
Agences gouvernementales et institutions

■ Plus grande diversité géographique

- Longtemps dominé par les USA, les grands pays européens et le Japon
- Forte croissance des pays émergents :
Asie, Amérique latine, Europe de l'Est



Un marché en transformation

■ Plus forte concentration des budgets

- Les clients concentrent leurs programmes de recherche chez un nombre réduit de fournisseurs partenaires

■ Plus forte demande d'opérationnalité

- Standardisation des méthodes
- Référencements internationaux, contrats multi pays
- Utilisation de moyens de recueil et de diffusion performants



Un marché en transformation

■ Plus de questions ...

- Le consommateur est polymarque, versatile, éduqué, issu de différentes cultures
- Les médias comme les circuits de distribution se fragmentent
- L'activité concurrentielle s'accroît
- La progression des dépenses marketing n'est pas illimitée

■ ... des réponses plus précises et plus opérationnelles

- Plus forte demande de spécialisations
- Allocation de programmes d'études définis en fonction des savoir-faire et expertises de chaque société d'études



Un marché en consolidation

Six sociétés d'études sont internationales et de taille significative

- Ensemble elles représentent 48% du marché
 - **VNU & IMS Health** : activité de panel
→ plus de 20% du marché total
 - **TNS, GfK** : activité mixte panel + études par enquêtes
 - **KANTAR, IPSOS, SYNOVATE** : études par enquêtes
- Toutes sont d'origine européenne
- Toutes sont cotées en bourse
- Deux d'entre elles sont des filiales de groupe de communication
 - KANTAR (WPP), SYNOVATE (Aegis)



Un marché en consolidation

Ces sociétés diffèrent par le rythme de croissance plutôt que par la taille

En million d'euros	CA 2004 Total*	CA 2004 Études / enquête	S1 2005 Crois. organique
TNS	1388	865	+2,5%
GfK + NOP	1002	656	+5,3%
Kantar	916	916	+6,7%
Ipsos	606	606	+7,8%
Synovate	403	403	+12,2%
VNU + IMS Health**	4030	410	+6%

*Source : Honomichl Global Top 25

** Réalisation attendue pour le 1^{er} trimestre 2006



La stratégie d'Ipsos



La stratégie d'Ipsos

La volonté d'Ipsos

dans un marché en croissance, en transformation et en consolidation

- **Accélérer sa croissance (organique + acquisitions)**
- **Poursuivre l'amélioration de sa rentabilité**

Le dispositif Ipsos

- Renforcer notre offre dans chacune de nos lignes de métier
- Poursuivre le maillage de nos compétences
- Étendre notre partenariat avec nos grands clients
- Représenter un pôle d'attraction pour les sociétés indépendantes qui ont des positions fortes dans nos spécialisations

Établir notre leadership en offrant des services spécialisés et différenciés au plus grand nombre de clients



Ipsos en Asie Pacifique, Moyen Orient, Afrique

■ 11% du chiffre d'affaires / Position N°4

- N°2 en Chine, N°3 au Moyen Orient, N°5 à 8 sur les autres marchés

■ Croissance organique à 2 chiffres / Rentabilité moyenne à très forte

■ Acquisitions et créations récentes

- Japon : acquisition de JSR (Tokyo, Osaka, 2004)
- Corée : acquisition de Active Insights (Séoul, 2004)
- Australie : acquisition de TQA Research (Melbourne, 2004)
- Philippines : création d'un bureau (Manille, 2004)
- China : acquisition de GDMR (Canton, 2005)
- Hong Kong : création d'un bureau (2005)
- Thaïlande : création d'un bureau (Bangkok, 2005)
- Irak : création d'un bureau (Bagdad, 2005)

En 2006 : croissance organique et externe forte



Ipsos en Amérique latine

- **9% du chiffre d'affaires / Position N°1**

- N°1 au Mexique, en Argentine, au Brésil, en Colombie

- **Croissance organique à 2 chiffres / Rentabilité élevée**

- **Acquisitions et créations récentes**

- Panama et Puerto Rico : acquisition de Hispania Research (2004)
- Venezuela : création du bureau de Caracas (2004)
- Colombie : acquisition de Napoleon Franco (Bogota, Cali, Medellin, Barranquilla, 2005)

→ **En 2006 : croissance organique forte**



Ipsos en Amérique du Nord

- **34% du chiffre d'affaires / Position N°5**
 - N°1 au Canada
 - **Croissance organique moyenne / Rentabilité élevée**
 - **Acquisition et créations récentes**
 - USA : acquisition de Shifrin (NYC, 2005)
 - Canada : acquisition de Descarie (Québec, 2005)
 - Ouverture du bureau de Seattle (2005)
- **En 2006 : croissance organique et externe en accélération**



Ipsos en Europe

- **46% du chiffre d'affaires / Position N°4**

- Position 2 à 4 dans les principaux marchés

- **Croissance organique et Rentabilité moyennes**

→ **En 2006 : croissance organique moyenne ; acquisitions au Royaume Uni et en Europe Centrale**



Régions / Spécialisations

Rappel des positions en 2003

	Marketing	Publicité	Media	CSM/CRM	Opinion & Recherche sociale
Europe					
Amérique du Nord					
Amérique latine					
Asie Pacifique					
Moyen-Orient					

Leader du marché : Bonne position : Présence modérée : Présence faible :



Régions / Spécialisations

Positions en 2005

	Marketing	Publicité	Media	CSM/CRM	Opinion & Recherche Social
Europe					
Amérique du Nord					
Amérique latine					
Asie Pacifique					
Moyen-Orient					

Leader du marché : Bonne position : Présence modérée : Présence faible :



Améliorer la rentabilité

- **La rentabilité d'Ipsos va continuer à s'améliorer sous l'effet des facteurs suivants**
 - Augmentation de la taille des contrats
 - Partenariat avec les Grands Comptes
 - Part accrue de nos spécialisations dans notre chiffre d'affaires
 - Effet de taille
 - Meilleure pondération des zones à forte rentabilité
 - Passage d'un modèle opérationnel purement local à un modèle mixte



Objectifs pour 2007

Changement de base

initialement 1 euro = 1 USD
aujourd'hui 1 euro = 1,25 USD

Réévaluation des objectifs de 10 à 15%

Aux nouveaux taux de change

Chiffre d'affaires **au moins égal à 1 milliard d'euros**

Marge opérationnelle **supérieure à 10%**



Résultats semestriels



La transition aux normes IFRS a globalement des effets positifs

Dispositions mises en œuvre pour assurer le succès du projet IFRS

- **1997** : adaptation des principes comptables d'Ipsos aux normes internationales (IAS)
- **2003-2004** : recensement des divergences par une équipe interne internationale assistée d'un cabinet spécialisé
- **Septembre 2004** : premier chiffrage des principales incidences
- **Mai 2005** : présentation des incidences sur les comptes 2004 des normes IFRS lors de l'Assemblée générale
- **Septembre 2005** : publication des comptes semestriels 2005 en normes IFRS, avec comparatifs en IFRS au 1^{er} semestre 2004 et au 31 décembre 2004



Résumé des impacts

	Impact Significatif	Impact Mineur	Peu d'impact
■ IFRS 3 : Regroupements d'entreprises	<input checked="" type="checkbox"/>		
■ IFRS 2 : Paiement fondé sur des actions	<input checked="" type="checkbox"/>		
■ IAS 37 : Provisions, passifs et actifs éventuels	<input checked="" type="checkbox"/>		
■ IAS 12 : Impôts sur le résultat	<input checked="" type="checkbox"/>		
■ IAS 33 : Données par action	<input checked="" type="checkbox"/>		
■ IAS 21 : Variation des taux de change		<input checked="" type="checkbox"/>	
■ IFRS 3 : Instruments financiers		<input checked="" type="checkbox"/>	
■ IAS 1 : Présentation des états financiers			<input checked="" type="checkbox"/>
■ IAS 7 : Tableau des flux de trésorerie			<input checked="" type="checkbox"/>



Résumé des impacts

	Impact Significatif	Impact Mineur	Peu d'impact
■ IAS 17 : Contrats de location			<input checked="" type="checkbox"/>
■ IAS 2 : Stocks			<input checked="" type="checkbox"/>
■ IAS 14 : Information sectorielle			<input checked="" type="checkbox"/>
■ IAS 16 : Immobilisations corporelles			<input checked="" type="checkbox"/>
■ IAS 18 : Produits des activités ordinaires			<input checked="" type="checkbox"/>
■ IAS 19 : Avantages du personnel			<input checked="" type="checkbox"/>
■ IAS 36 : Dépréciation d'actifs			<input checked="" type="checkbox"/>
■ IAS 38 : Immobilisations incorporelles			<input checked="" type="checkbox"/>



Résumé des principaux retraitements

S1 2004	<i>En millions d'euros</i>	Année 2004
↓		↓
4,1	Résultat Net, part du groupe en normes Fr.	11,7
9,3	Amortissement des écarts d'acquisition	18,9
-1,2	Provisions pour restructuration en normes Fr.	-2,5
-0,5	Paiement fondé sur des actions	-1,1
-0,6	Effet de la désactualisation des passifs	-1,1
-2,0	Impôts différés passifs sur les retraitements	-3,4
-0,4	Autres retraitements	-0,2
8,7	Résultat Net, part du groupe en Normes IFRS	22,2



Résumé des principaux indicateurs

Année 2004 Normes Françaises		Année 2004 Normes IFRS
202m€	Capitaux propres	233m€
78,5%	Endettement Net (Emprunts portant intérêts nets/capitaux propres)	68,5%
54,7m€	Marge opérationnelle	50,9m€
9,0%	% Marge opérationnelle	8,4%
21%	Taux d'impôt effectif	33%
22%	Taux d'impôt payé	25%
11,7m€	Résultat Net, Part du Groupe	22,2m€
1,65€	Résultat par action	3,39€
	+ 106%	



Des résultats en forte progression

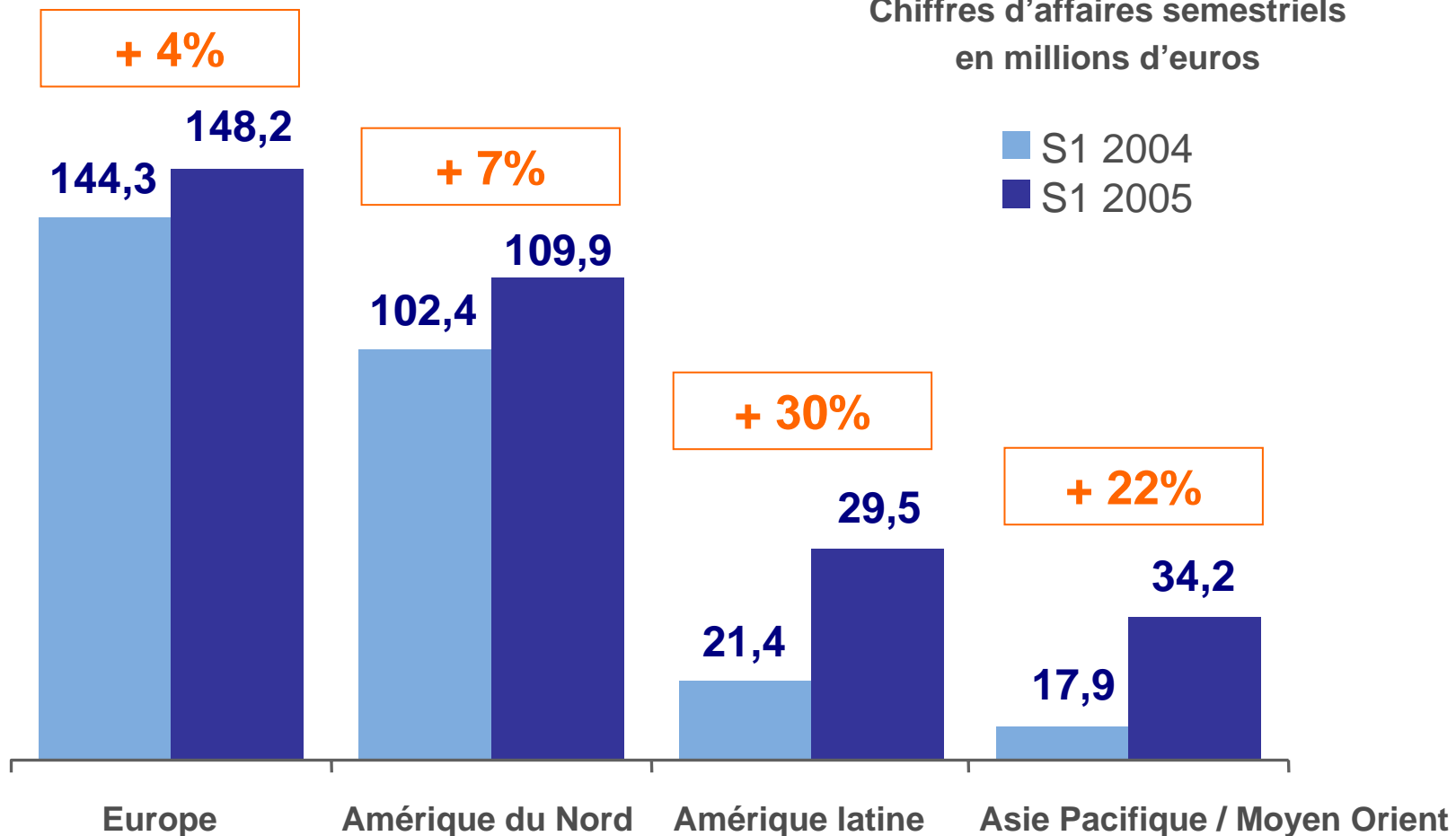
En millions d'euros	S1 2005 IFRS	S1 2004 IFRS	Variation S05/S04	Année 2004 IFRS
Chiffre d'affaires	321,8	286,0	+12,5%	605,6
Marge brute	190,6 59,1%	166,0 58,0%	+14,8%	354,9 58,6%
Marge opérationnelle	24,8 7,7%	21,1 7,4%	+18,0%	50,9 8,4%
Autres produits et charges	(0,3)	(1,5)	-	(5,0)
Charges de financement	(4,0)	(4,0)	-	(8,2)
Résultat avant impôts	20,5	15,6	+31,4%	37,8
Résultat net, part du groupe	10,4	8,7	+19,6%	22,2



Ipsos croît dans toutes ses régions

Taux de croissance organique

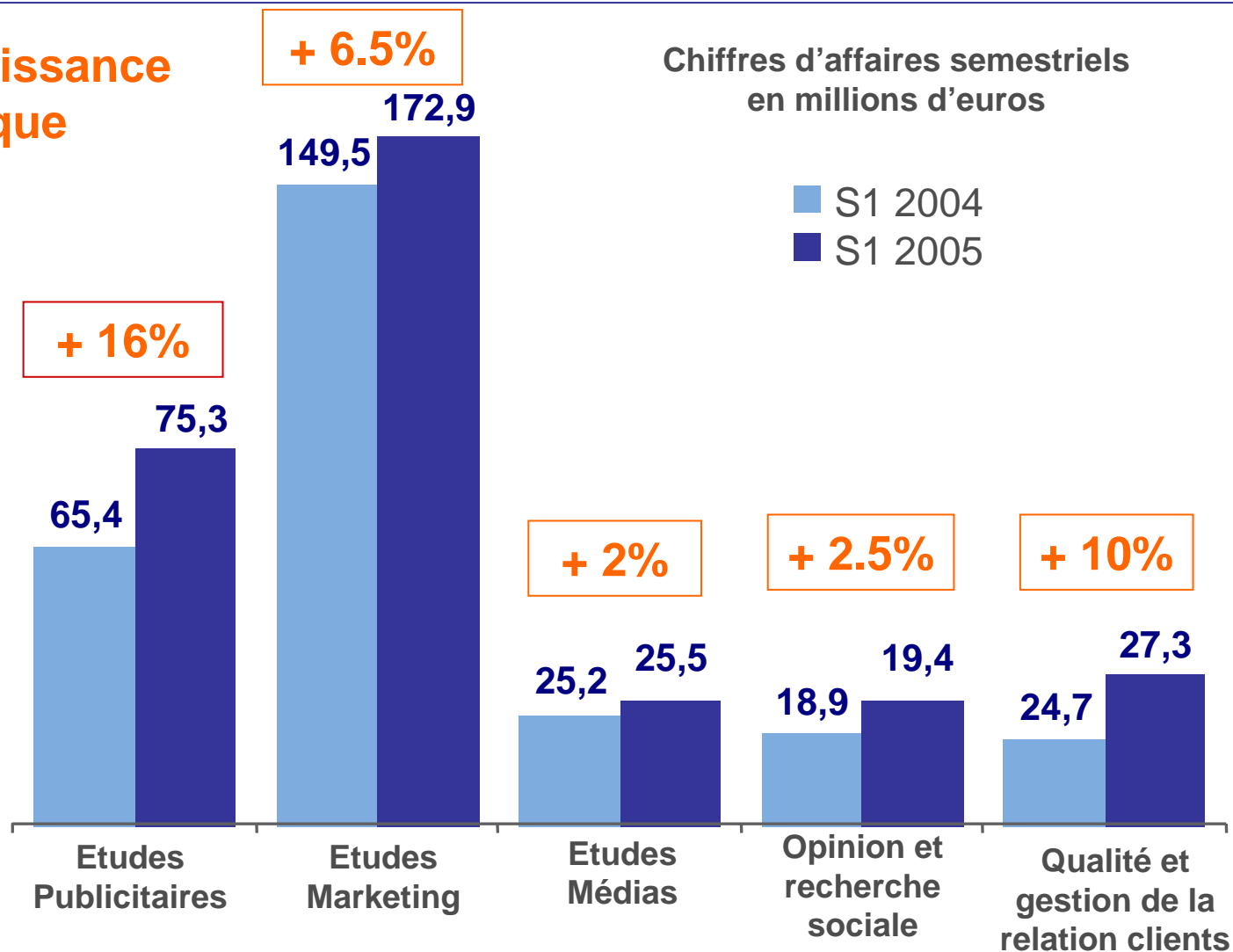
Chiffres d'affaires semestriels
en millions d'euros





Ipsos croît dans toutes ses spécialisations

Taux de croissance
organique





Ipsos, une croissance organique forte

Rythmes de croissance		S1 2005	Année 2004
Ipsos	Organique	+ 7,8%	+ 7,5%
	Globale (€)	+ 12,5%	+6,3%
GfK	Organique	+ 5,3%	+ 6,4%
	Globale (€)	+ 7,8%	+ 12,7%
Synovate (Aegis)	Organique	+ 12,2%	+ 8,3%
	Globale (£)	+ 17,9%	+ 24,4%
TNS	Organique	+ 2,5%	+ 4,1%
	Globale (£)	+ 3,1%	+ 17,4%
Kantar (WPP)	Organique	+6,7%	+ 4,0%
	Globale (£)	+ 15,2%	+ 5,9%



Marge opérationnelle : l'écart avec la concurrence disparaît

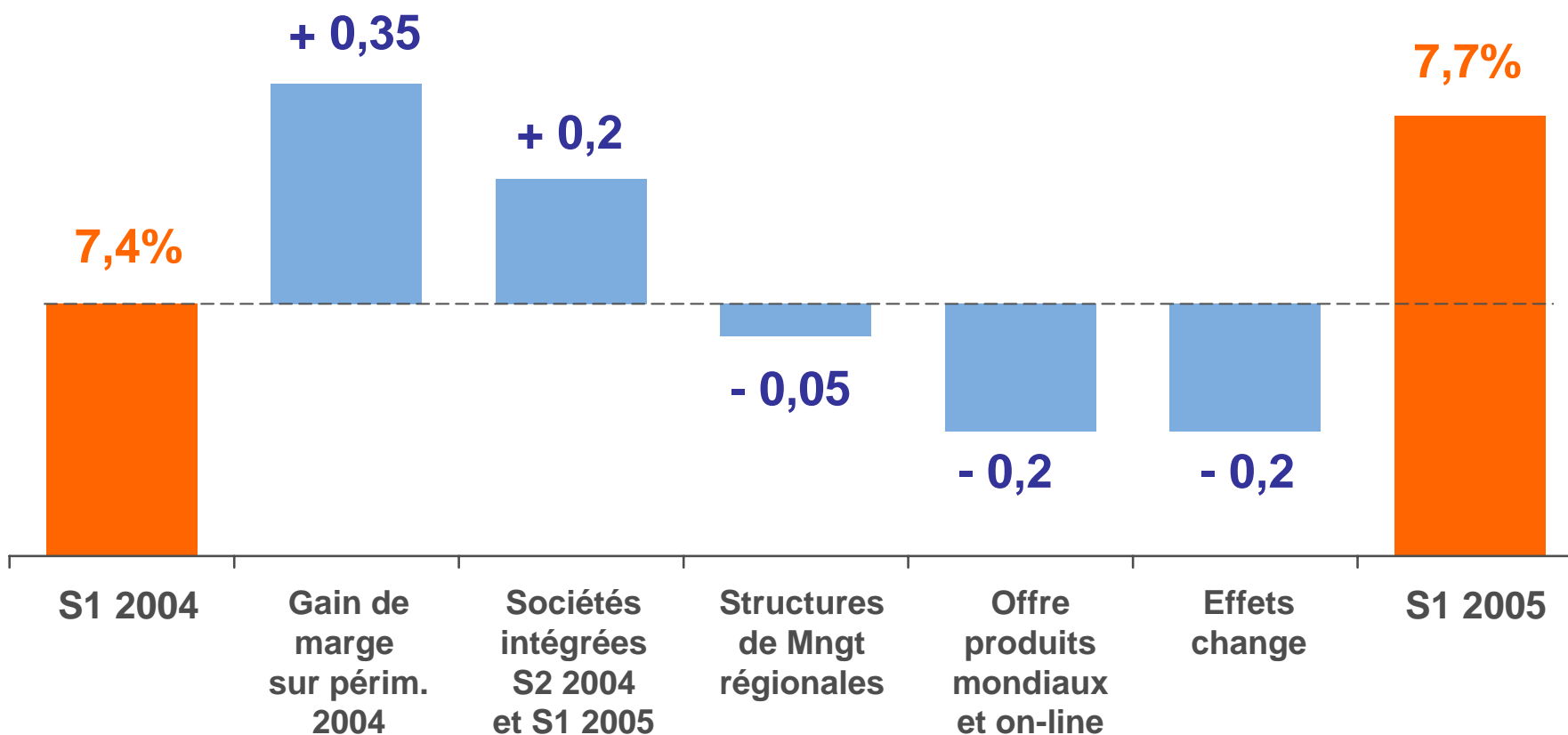
La saisonnalité est traditionnelle dans le métier des études

Marge opérationnelle / chiffre d'affaires	S1 2005	Année 2004
Ipsos	7,7%	8,4%
GfK	9,8%	12,9%
Synovate (Aegis)*	2,8%	6,5%
TNS	9,0%	9,7%
Kantar (WPP)	9,3%	8,9%
Moyenne du Top 5	7,7%	9,3%
Ecart Ipsos / moyenne	0%	-1,1%

* Estimation Ipsos, après répartition des coûts « Corporate » au prorata du CA



La marge progresse malgré les effets de change et les investissements 'produits'





La trésorerie d'exploitation est impactée par la saisonnalité du BFR

En millions d'euros	S1 2005	S1 2004	Année 2004
Capacité d'Autofinancement	31,3	28,9	65,0
Variation du BFR	(16,5)	(23,7)	(16,7)
Charges d'impôts et d'intérêts	(9,9)	(7,4)	(18,0)
Trésorerie provenant de l'exploitation	4,9	(2,2)	30,3
Immobilisations corporelles et incorporelles	(5,5)	(7,0)	(13,2)
Acquisitions	(25,9)	(4,4)	(17,0)
Trésorerie affectée aux opérations d'investissement	(31,4)	(11,4)	(30,2)
Augmentation du capital	0,4	0,4	1,3
Variation nette des dettes	22,9	16,0	9,0
Dividendes	(0,7)	(1,0)	(8,5)
Trésorerie provenant des opérations de financement	22,6	15,4	1,8
Trésorerie à la clôture	30,7	35,7	32,4



La structure financière est maîtrisée

En millions d'euros

	30 juin 2005	30 juin 2004	31 déc. 2004
Capitaux propres	263	230	234
Endettement net	198	164	159
Ratio d'endettement	75%	71%	68%
Endettement net / EBE (12 mois)	2,8	2,5	2,3
Couverture des frais financiers par la marge opérationnelle	x 5,8	x 5,3	x 6,2



Perspectives 2005 - 2006



Perspectives 2005 - 2006

2005

- Chiffre d'affaires à 700 millions d'euros*
- Croissance organique supérieure à celle de 2004 et à celle du marché
- Marge opérationnelle supérieure à celle de 2004, **9% en normes IFRS**

2006

- Croissance organique supérieure à celle du marché
- Marge opérationnelle améliorée

* taux de change septembre – décembre équivalents à ceux d'août

Nobody's Unpredictable



Que va-t-elle dire ?

comment interpréter le regard ? comment, sans le langage des paroles, percevoir les sentiments, deviner les intentions, peiner les comportements ? car sans observation fine et analyse des paramètres et des populations, il le seule peut rendre les signes, observations et/ou l'interprétation, d'un changement d'habitude, un aspect d'usage, une réaction en conséquence d'actions : l'opinion, la publicité, la relation commerciale, la consommation, les médias, l'éducation ou plus généralement des consommateurs et des citoyens, nos experts analysent l'information et l'opinion.

ils peuvent alors anticiper les paroles et les actes et éclairer ainsi vos décisions, pour des stratégies performantes. www.ipsos.com

Nobody's Unpredictable 



Que va-t-il entendre ?

comment écouter le silence ? comment, sans le langage des mots, deviner les sentiments, anticiper les réactions et les idées, deviner les intentions ? car sans observation fine et analyse des paramètres et des populations, il le seule peut rendre les signes, observations et/ou l'interprétation, d'un changement d'habitude, un aspect d'usage, une réaction en conséquence d'actions : l'opinion, la publicité, la relation commerciale, la consommation, les médias, l'éducation ou plus généralement des consommateurs et des citoyens, nos experts analysent l'information et l'opinion.

ils peuvent alors anticiper les tendances, habitudes de réponses et éclairer ainsi vos décisions, pour des stratégies performantes. www.ipsos.com

Nobody's Unpredictable 



Quelles sont ses intentions ?

comment lire dans le regard ? comment, dans le langage des regards, identifier le contenu, les réactions, les intentions ? car sans observation fine et analyse des paramètres et des populations, il le seule peut rendre les signes, observations et/ou l'interprétation, d'un changement d'habitude, un aspect d'usage, une réaction en conséquence d'actions : l'opinion, la publicité, la relation commerciale, la consommation, les médias, l'éducation ou plus généralement des consommateurs et des citoyens, nos experts analysent l'information et l'opinion.

ils peuvent alors anticiper les réactions, habitudes de consommation et éclairer ainsi vos décisions, pour des stratégies performantes. www.ipsos.com

Nobody's Unpredictable 



L'art apprend à voir

L'art apprend à voir

Il révèle la réalité. Il nous inspire et nous encourage à déceler les intentions, anticiper les comportements des consommateurs et des citoyens : leurs changements d'attitudes, leurs revirements d'opinions, leurs nouvelles passions pour les produits et pour les marques.

Ipsos aide ses clients à capter ces mouvements. Afin qu'ils comprennent leurs propres clients - et le monde - tels qu'ils sont.

Nobody's Unpredictable

www.ipsos.com