



Ipsos

Profiling people



- Résultats semestriels 2001
  - Chiffres clés
  - Un marché robuste
  - Une société qui croît plus vite que son marché
  - Résultats
- Acquisition de Novaction



## Chiffres clés

En millions d'euros

■ Chiffre d'affaires	216,9	+ 64%
■ Résultat d'exploitation	13,9	+ 91%
■ Résultat net part du groupe*	7,4	+106%

\* Avant amortissement des écarts d'acquisition



# Un marché robuste



## Un marché qui croît à un rythme soutenu

Croissance moyenne sur 11 ans (1990 – 2000)

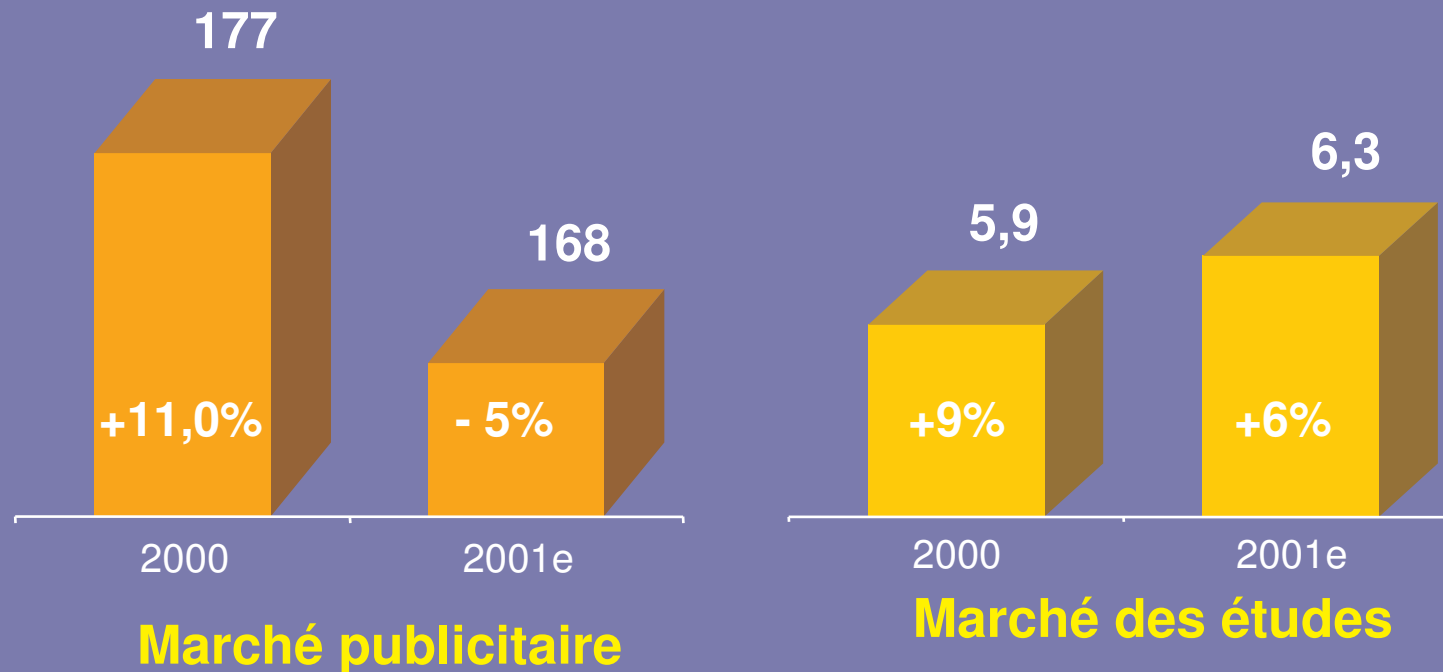
	PIB	Marché Publicitaire	Marché des études
USA	+ 6,1%	+ 5,6%	+ 9,5%
UK	+ 5,7%	+ 5,4%	+ 10,6%
Allemagne	+ 5,7%	+ 6,1%	+ 10,1%
France	+ 3,8%	+ 3,5%	+ 6,5%

Sources : Zenith Media, Esomar.



# Un marché qui croît à son propre rythme

## L'exemple américain En milliards de \$



Source : Ipsos



## L'exemple Ipsos

Aux États-Unis pour le 1<sup>er</sup> semestre 2001 :

- PIB : **+ 0,2%\***
- Marché publicitaire : **- 6%**
- Marché des études : **+ 5%**
- Croissance organique d'Ipsos : **+ 16%**

\*  
En valeur

Sources : Bureau of Economic Analysis, CMR Institute



## Les études : un métier essentiel ...

- Sur tous les marchés sur lesquels ils interviennent, nos clients doivent disposer **en permanence** d'informations :
  - sur les consommateurs
  - sur leurs clients
  - et d'une manière plus générale sur toutes les composantes de l'opinion
- Recueillir, produire, analyser et diffuser ces informations est notre métier... **un métier essentiel**



...pour comprendre les consommateurs...

*« In all we do, the consumer is boss.  
We win when we understand consumers better than  
our competitors [...] »*

**John E. Pepper, Chairman @ Procter & Gamble  
P&G Annual Report 2001, shareholder's letter**



...les comportements et les attitudes...

« [...] I base my belief on trends in consumer behavior and attitudes »

**William T. Esrey, Chairman and CEO @Sprint Corporation  
Remarks at the Digital Economy Conference - December 7, 2000**



## ... pour développer des solutions et réduire les incertitudes

*« [...] The essential contribution of information technology is the expansion of knowledge and its obverse, the reduction of uncertainty. Before this quantum jump in information availability, businesses had limited and less timely knowledge of customers' needs [...] »*

**Alan Greenspan**

**U.S. Department of Labor National Skills Summit, April 2000**

*« [...] Changes in consumer confidence will require close scrutiny in the period ahead, especially after the steep falloff of recent months [...] »*

**Alan Greenspan**

**Monetary policy report to the Congress, February 2001**



# Ipsos Profiling People

Une manière nouvelle d'exprimer le métier :

- Nous nous intéressons aux personnes dans leurs différents rôles : citoyens, clients, consommateurs, salariés
- ▼
- Nous les interrogeons pour produire l'information utile à nos clients
- ▼
- Nous les rendons lisibles



# Les études : un métier économique

**Nous produisons des informations essentielles pour un coût faible**

- Nous mesurons les comportements et les attitudes du plus grand nombre aussi bien que de populations-cibles difficiles à contacter, en mettant en œuvre
  - des méthodes de recueil qualitatives (réunions de groupe en face à face ou on-line)
  - des techniques d'échantillonnage qui ont fait leurs preuves
  - des moyens d'enquête appropriés : face à face, téléphone, on-line, études sur access panels



## Les études : un métier économique

Dépenses de communication  
des entreprises :

500 Mds\$

15Mds\$

Acquisition  
d'informations  
des sociétés

L'acquisition d'informations sur les marchés  
représente 3% des dépenses de communication  
des entreprises et des institutions



Une société qui croît plus vite  
que son marché



## Une croissance plus rapide que ses principaux concurrents

### Évolution du chiffre d'affaires semestriel

	S1 99	S1 00	S1 01	S1 01/S1 99	CA S1 01
<b>Ipsos</b>	<b>+11,6%</b>	<b>+34,0%</b>	<b>+64,0%</b>	<b>+119,4%</b>	<b>217</b>
TNS	+10%	+22,5%	+26,1%	+88,0%	435
GfK	+23,2%	+22,6%	+13,0%	+38,9%	251
Kantar (WPP)	+17,6%	+25,0%	+17,7%	+46,9%	452



# Une croissance organique plus soutenue que ses concurrents

## Évolution de la croissance organique

	S1 99	S1 00	S1 01
Ipsos	+10,3%	+15,1%	+9,9%
GfK	N/D	+10,0%	+7,5%
TNS	+6,8%	+9,2%	+6,7%
Kantar (WPP)	Non disponible		



## Une rentabilité qui s'améliore fortement

### Évolution du taux de marge opérationnelle

	S1 99	S1 00	S1 01
Ipsos	5,0%	5,6%	6,4%
GfK	5,9%	7,0%	7,4%
TNS	7,8%	8,0%	8,5%
Kantar	9,4% (WPP)	9,4%	9,5%



## Ipsos surperforme son marché

- Parce ce que nous développons des moyens opérationnels puissants et adéquats
- Parce que nous poursuivons une stratégie de spécialisation
- Parce que nous bénéficions d'un effet réseau



## Ipsos développe des moyens opérationnels puissants

- Pour l'ensemble de nos clients :
  - nous interrogeons plus de **6 000 000** de personnes sur l'année
  - nous conduisons chaque année **12 000** études dans le monde



## Ipsos développe des moyens opérationnels adéquats

- En 2000,
  - 20% des enquêtes étaient réalisées en face à face / système Capi
  - 70% par téléphone / système Cati
  - et 10% par d'autres moyens (dont on-line)
- En 2001, le recueil on-line monte en puissance : aux Etats-Unis, Ipsos-NPD aura réalisé 30% de ses enquêtes on-line, vs 15% l'an dernier



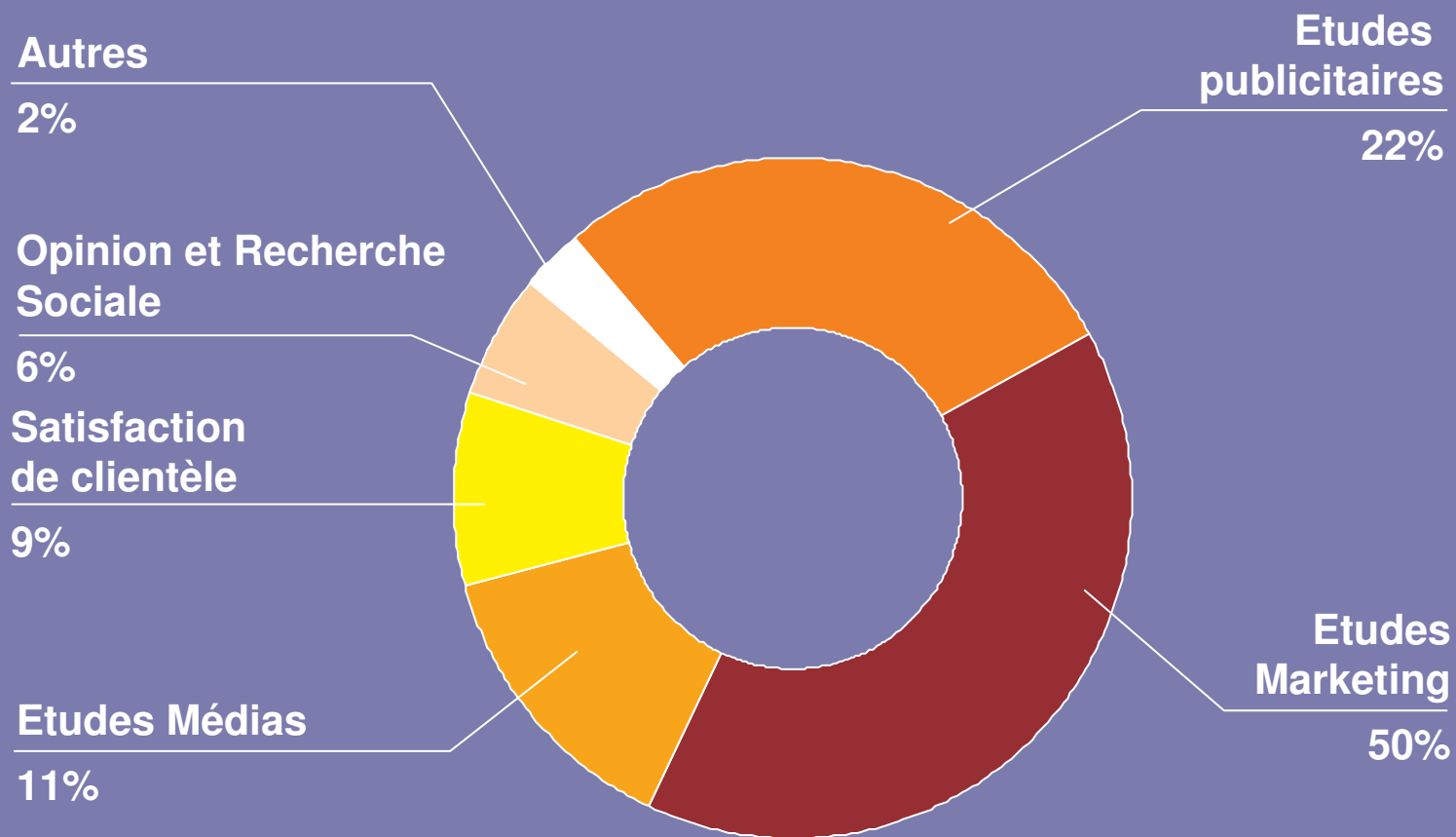
## Ipsos développe une stratégie de spécialisation

- Les marchés, nos clients, sont en recherche permanente de professionnels spécialisés dans leur domaine
- ▼
- Ipsos a organisé son activité dans 5 domaines de spécialisation :
    - les études publicitaires,
    - les études marketing,
    - les études médias,
    - l'opinion et la recherche sociale,
    - les études de qualité et de satisfaction clientèle



# Répartition du chiffre d'affaires par spécialisation

Chiffre d'affaires consolidé au 30 juin 2001





## Ipsos bénéficie d'un effet réseau

- Ipsos est à la fois :
  - un acteur de premier plan international
  - une organisation internationale avec une couverture géographique équilibrée
  - un maillage unique de compétences
  
- Ce qui permet de développer notre activité avec nos grands clients sur tous les grands marchés



## Un acteur de premier plan international

Rang	Sociétés		CA 2000 (M\$) Enquêtes	CA hors pays d'origine (%)
1	WPP (The Kantar Group Ltd)	UK	928	71
2	Interpublic (NFO)	USA	470	62
3	Taylor Nelson Sofres	UK	415	75
<b>4</b>	<b>Ipsos S.A.</b>	<b>France</b>	<b>400</b>	<b>83</b>
5	VNU (Nielsen)	USA	387	67
6	Westat	USA	264	0
7	NOP World (ex UIG)	UK	246	60
8	The Arbitron Co.	USA	207	3
9	GfK Group	Germ.	200	62
10	Maritz Marketing Research Inc.	USA	172	32

Source : Inside Research

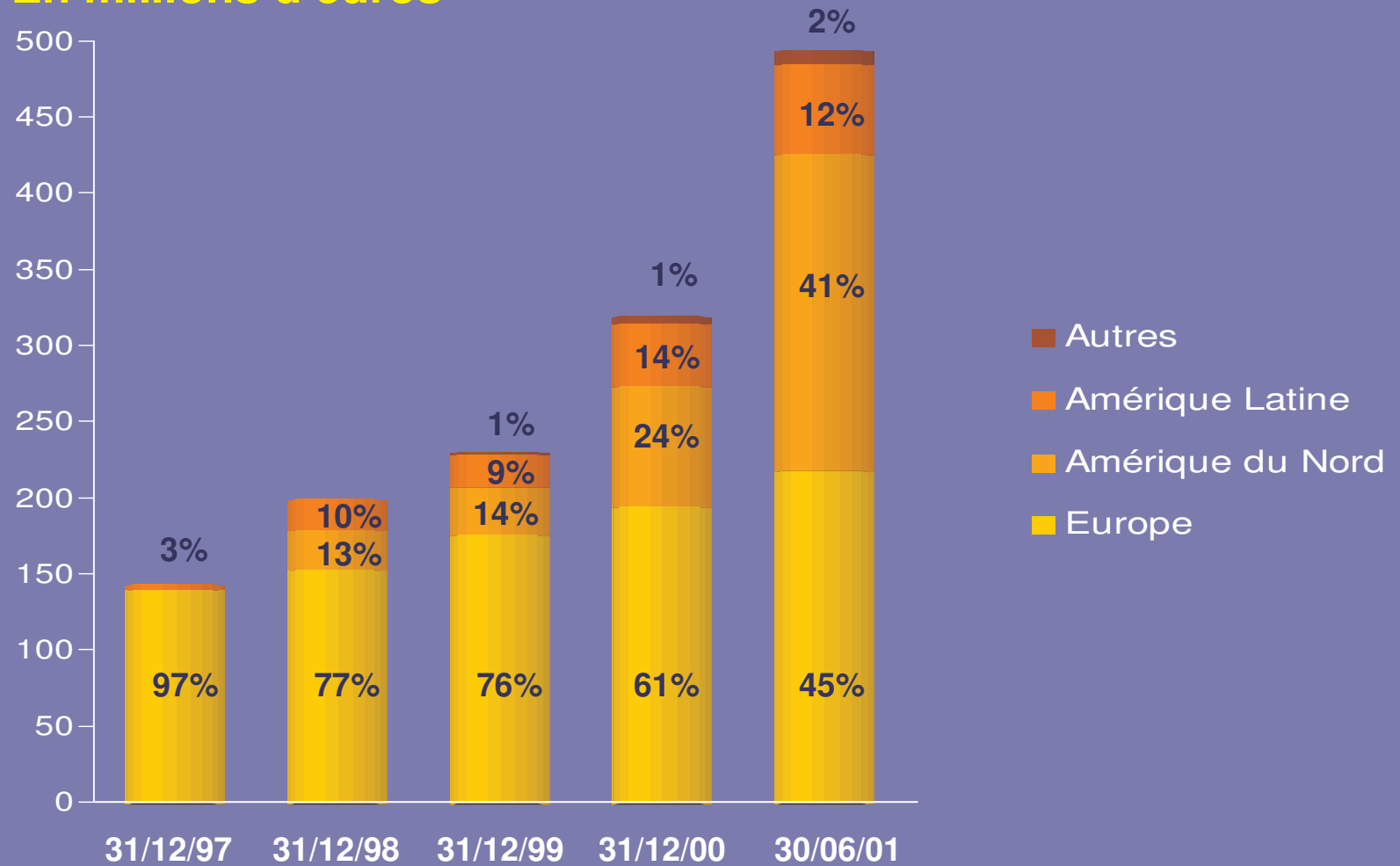
**Ce classement intègre toutes les acquisitions annoncées jusqu'au 28/02/2001**



# Une couverture géographique équilibrée

## Chiffre d'affaires consolidé Ipsos

En millions d'euros





# Un maillage unique de compétences

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

Année d'intégration ou de développement des activités

X 1998

X 1999

X 2000

X 2001



## KAM : le management des grands clients ...

- Depuis 1998, Ipsos a mis en place une structure spécifique pour travailler efficacement avec ses grands clients sur le plan international

→ des équipes dédiées

→ une organisation « miroir »

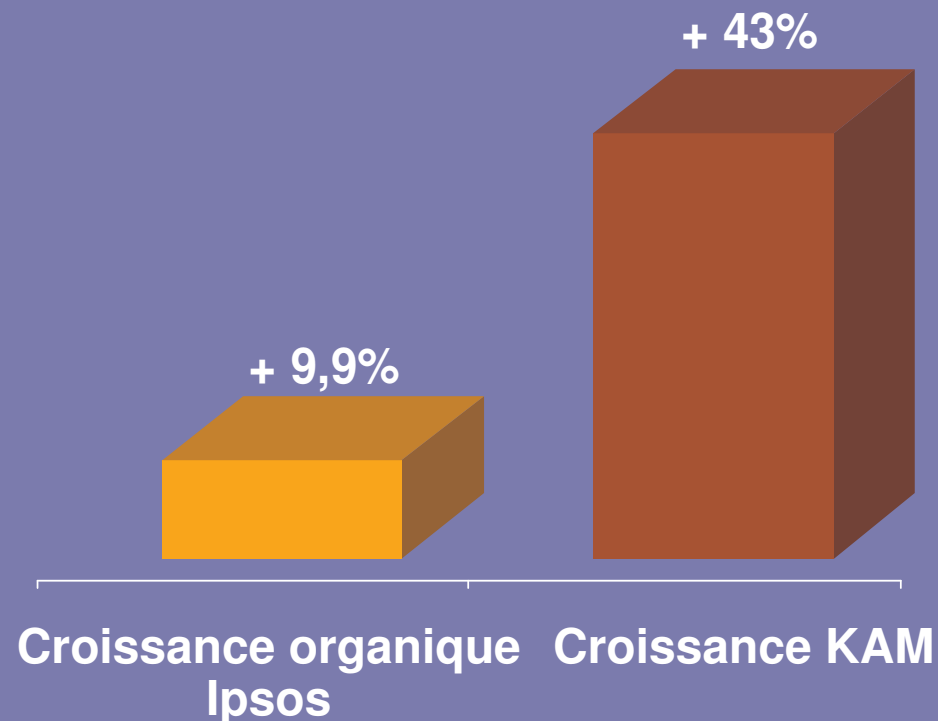
- Colgate Palmolive
- Daimler
- Danone
- Ford
- Johnson & Johnson
- Kraft Jacobs Suchard
- P&G
- Pillsbury
- Postal Surveys
- SC Johnson

*Sont candidats l'Oréal, Unilever...*



## ...qui contribue très fortement à la croissance du Groupe

- Au 1<sup>er</sup> semestre 2001, notre activité réalisée avec ces grands comptes a crû 4 fois plus vite que la croissance organique du Groupe





# Résultats semestriels 2001



## Les faits marquants du semestre

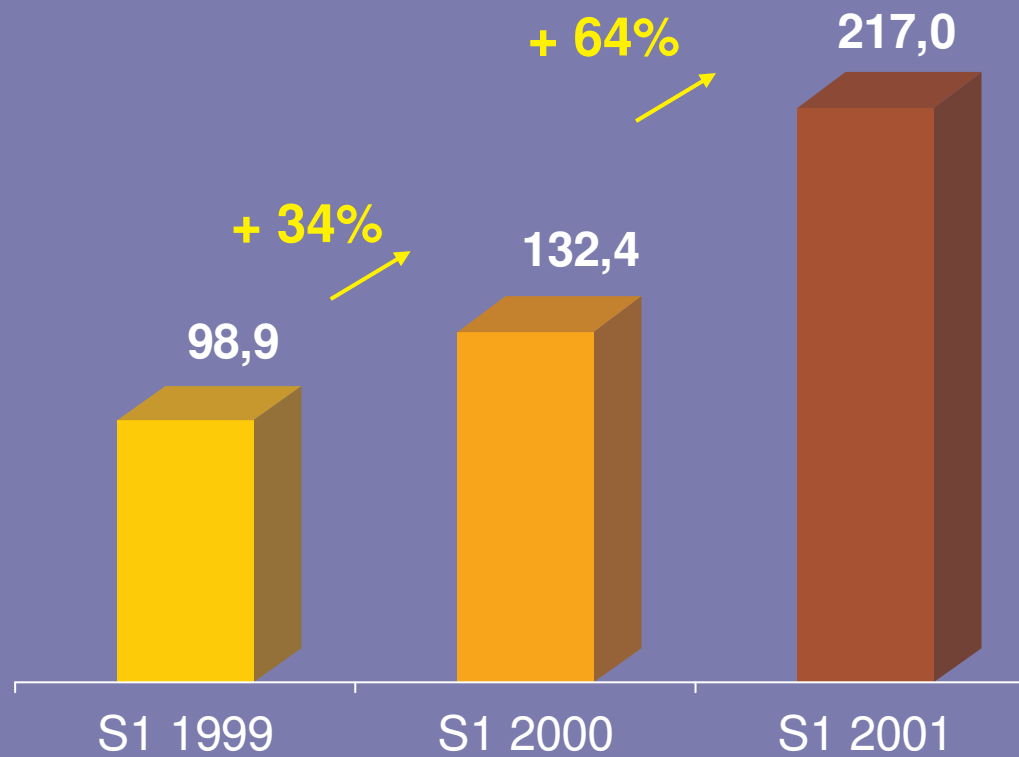
- Acquisition de la division Market Research de NPD aux Etats-Unis (intégrée au 1<sup>er</sup> janvier 2001)
- Acquisition de Demoskop en Pologne
- Acquisition des actifs de Riehle Research aux États-Unis



## Une forte croissance

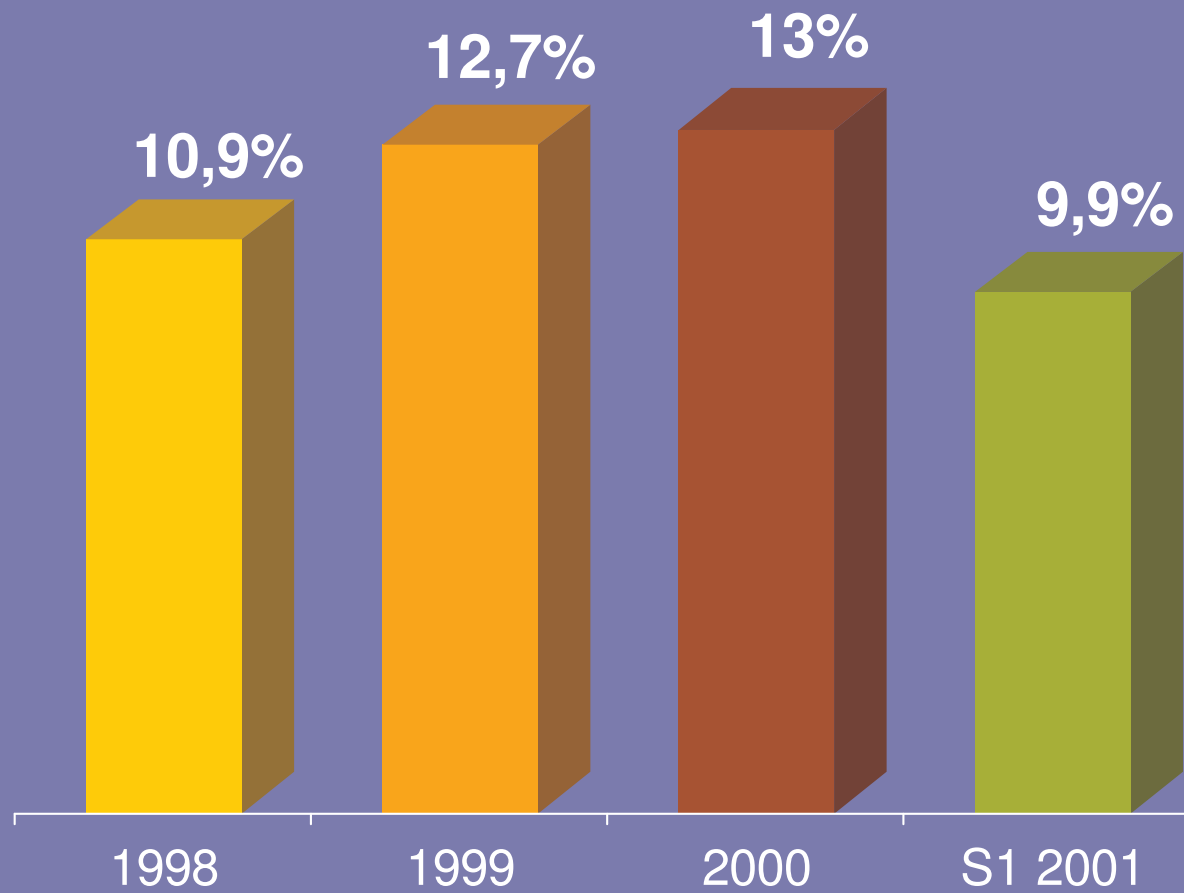
Évolution du chiffre d'affaires  
entre S1 1999 et S1 2001

En millions d'euros





## Une bonne croissance organique





## La croissance organique par spécialisation

	S1 2001/ S1 2000	Croissance organique*
Etudes publicitaires	+ 19%	+ 15%
Etudes Marketing	+ 126%	+ 8%
Médias	+ 23%	+ 9%
Opinion et recherche sociale	+ 52%	+ 4%
Qualité et satisfaction de clientèle	+ 45%	+ 7%
<b>Total</b>	<b>+ 64%</b>	<b>+ 9,9%</b>

\* à taux de change et périmètre constants



## La croissance organique par zone géographique

	S1 2001/ S1 2000	Croissance organique*
Europe	+ 11%	+ 9%
Amérique du Nord	+ 297%	+ 16%
Amérique Latine	+ 31%	+ 7%
Reste du monde	+ 163%	+ 10%
<b>Total</b>	<b>+ 64%</b>	<b>+ 9,9%</b>

\* à taux de change et périmètre constants



## Des résultats en nette progression

<b>En millions d'euros</b>	<b>Jun 2001</b>	<b>Jun 2000</b>	<b>△</b>	<b>Rappel Année 2000</b>
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>217,0</b>	<b>132,4</b>	<b>+ 64%</b>	<b>329,4</b>
<b>Marge brute</b>	<b>126,0</b>	<b>75,0</b>	<b>+ 68%</b>	<b>182,7</b>
<b>Résultat d'exploitation*</b>	<b>13,9</b>	<b>7,3</b>	<b>+ 91%</b>	<b>24,1</b>
<i>Résultat d'exploitation/CA</i>	<i>6,4%</i>	<i>5,5%</i>	<i>-</i>	<i>7,3%</i>
<i>Résultat d'exploitation/MB</i>	<i>11,1%</i>	<i>9,7%</i>	<i>-</i>	<i>13,2%</i>
<b>Résultat net, part du groupe**</b>	<b>7,4</b>	<b>3,6</b>	<b>+106%</b>	<b>12,3</b>

\* après participation des salariés

\*\* Avant amortissement des écarts d'acquisition



## Une structure financière saine

<b>En millions d'euros</b>	<b>Juin 2001</b>	<b>Juin 2000</b>	<b>Année 2000</b>
<b>Capitaux propres</b>	<b>184</b>	<b>169</b>	<b>177</b>
<b>Trésorerie nette [Endettement net]</b>	<b>[169]</b>	<b>45</b>	<b>12</b>
<b>Ratio d'endettement</b>	<b>92%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>C.A.F.</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>21</b>
<b>Couverture des frais financiers par le résultat d'exploitation</b>	<b>x 4</b>	<b>x 8</b>	<b>x 16</b>



# L'acquisition de Novaction



## Acquisition de Novaction

- Une société spécialisée dans les études marketing à forte valeur ajoutée
- Essentiellement implantée dans 5 pays : France, Allemagne, Italie, Royaume Uni et Japon
- Un chiffre d'affaires de 22 millions d'euros
- Plus de 100 experts dans les modèles de simulation de marchés, modèles de prévision et d'optimisation de concepts de marchés, de systèmes d'évaluation et d'optimisation de stratégies de prix ....



## Acquisition de Novaction

- **Avec Novaction, Ipsos acquiert :**
  - une expertise marketing renforcée avec une base de clients communs
  - une première implantation au Japon
  - un fort potentiel de croissance en Amérique du Nord



## Conclusion

- Des objectifs pour 2001 réaffirmés
  - chiffre d'affaires : + 50%, près de 500 millions d'euros
  - marge d'exploitation (après participation) : 8%