



Communiqué de Presse

1er semestre 2003 : croissance organique de 10,1% **Une progression forte malgré une évolution défavorable des changes**

Paris, 18 août 2003. Le chiffre d'affaires d'Ipsos pour le 1er semestre 2003 s'élève à 264,3 millions d'euros, en croissance de 8,1% par rapport au 1er semestre 2002.

Cette progression est la résultante de trois facteurs :

- Des effets de change très négatifs résultant de la conversion en euros de l'activité d'Ipsos en Grande-Bretagne, en Amérique du Nord et du Sud, en Asie et au Moyen-Orient. Aux taux de change du 1er semestre 2002, le chiffre d'affaires d'Ipsos se serait élevé à 301 millions d'euros, en progression de 23%. Les effets de change ont donc réduit de 15% le chiffre d'affaires d'Ipsos au 1er semestre 2003.
- L'activité des sociétés nouvellement intégrées dans le périmètre d'Ipsos, pour la plupart au cours de 2ème semestre 2002, qui a généré une progression de 13% du chiffre d'affaires.
- Surtout, une croissance organique très élevée, égale à 10,1%, très largement supérieure aux performances du marché et à celles des autres sociétés d'études internationales. Ce résultat confirme le dynamisme spécifique d'Ipsos dans ses principales lignes de métier.

Chiffre d'Affaires consolidé (en millions d'euros)	2003	2002	2001
1 ^{er} trimestre	118,6	108,4	95,0
2 ^{ème} trimestre	145,7	136,1	122,0
1^{er} semestre	264,3	244,5	217,0
3 ^{ème} trimestre	-	129,1	115,9
4 ^{ème} trimestre	-	164,9	147,3
2nd semestre	-	294,0	263,2
Total exercice	-	538,5	480,2

L'accélération de la croissance organique d'Ipsos, supérieure à 10% pour la première fois depuis plus de deux ans, correspond à la poursuite de sa progression dans sa spécialisation de mesure de l'efficacité publicitaire, mais aussi à une bonne tenue des autres lignes de métier. On notera ainsi le retour à la croissance du secteur des Etudes Médias dans les deux régions - en Europe et en Amérique Latine - où Ipsos exerce cette activité.



Communiqué de presse- suite – 18 août 2003

De la même façon, l'analyse des performances d'Ipsos par région montre que toutes les zones affichent une tendance positive :

- La croissance organique de l'activité est spectaculaire en Amérique latine, en raison de la position de leader qu'Ipsos occupe dans une région certes instable, mais en meilleur état que l'an dernier.
- Elle reste très forte en Amérique du Nord, tant au Canada qu'aux Etats-Unis où Ipsos vient, pour la deuxième fois consécutive, d'être distingué par la publication Inside Research comme la société d'études connaissant le meilleur taux de croissance sur 5 ans.
- Elle redevient positive en Europe, malgré un environnement déprimé, notamment en raison de bonnes performances en Europe Centrale et du Sud.

Contribution au Chiffre d'Affaires consolidé par secteur d'activité (en millions d'euros)	1^{er} semestre 2003	1^{er} semestre 2002	Evolution 2003 /2002	Croissance organique
Etudes Publicitaires	60,5	55,1	10%	21%
Etudes Marketing	138,7	129,5	7%	8%
Etudes Médias	24,1	24,1	0%	5%
Satisfaction de Clientèle	19,8	18,6	7%	10%
Opinion et Recherche Sociale	18,7	14,1	32%	8%
Autres	2,5	3,1	-	-
Chiffre d'affaires semestriel	264,3	244,5	8,1%	10,1%

Contribution au Chiffre d'Affaires consolidé par zone géographique (en millions d'euros)	1^{er} semestre 2003	1^{er} semestre 2002	Evolution 2003 /2002	Croissance organique
Europe	134,4	107,3	25%	1%
Amérique du Nord	101,6	106,5	(5%)	14%
Amérique Latine	19,6	23,9	(18%)	26%
Asie -Pacifique / Moyen -Orient	8,7	6,8	31%	39%
Chiffre d'affaires semestriel	264,3	244,5	8,1%	10,1%

Le marché des études a crû à une moyenne annuelle d'environ 9% dans la décennie de 90. Sa progression s'est considérablement ralentie depuis 2001. Pour la troisième année consécutive, il devrait croître à un rythme inférieur à 5% en 2003. Cela étant, même dans une période difficile, il n'a pas décliné. Sa remarquable résistance est alimentée par la nécessité croissante ressentie par les entreprises et les institutions de toutes sortes de bien évaluer et anticiper les comportements des gens - consommateurs, clients et citoyens - auxquels elles s'adressent.



Communiqué de presse- suite – 18 août 2003

Au cours des mois qui viennent, Ipsos poursuivra son développement tant interne qu'externe, en respectant les priorités suivantes :

- Etendre son réseau dans les pays clés, notamment aux USA qui représentent à eux seuls 40% du marché mondial, et en Asie Pacifique où il est encore peu présent à l'exception notable de la Chine.
- Développer une offre toujours plus spécifique et bien adaptée aux nouveaux besoins de sa clientèle, singulièrement dans des domaines où celle-ci recherche des prestations à haute valeur ajoutée. La modélisation marketing qui permet d'anticiper les comportements futurs des consommateurs et aussi de rechercher la meilleure optimisation possible des dépenses marketing et le management de la relation client où il s'agit, à travers l'exploitation marketing des bases de données clients, d'affiner leur usage et leur efficacité sont deux exemples de spécialités dans lesquelles Ipsos sera, dès le début de l'année prochaine, plus incisif en s'appuyant sur des organisations plus internationales et des offres renouvelées.
- Poursuivre l'approfondissement de ses relations avec ses grands clients internationaux qui représentent, tout naturellement, chaque année une fraction croissante de son activité.
- Consolider ses moyens d'enquête «online» surtout en Amérique du Nord mais aussi en Europe de telle façon qu'il lui soit possible de réduire ses délais de production, et donc de permettre à ses clients de mieux utiliser les données d'enquêtes.

Perspectives 2003

Au cours du second semestre, Ipsos continuera à croître à un rythme soutenu. Il faut toutefois noter que le deuxième semestre 2002 ayant été meilleur que le premier, il n'est pas aujourd'hui certain que la croissance organique d'Ipsos sur l'ensemble de 2003 puisse se situer à 10% ou au-delà. Elle sera, quoi qu'il en soit, supérieure à l'objectif de 8% initialement annoncé. Enfin, comme prévu, la marge d'exploitation de la société continuera de progresser, tant au premier semestre que pour l'ensemble de l'année.

Note : les résultats consolidés du 1^{er} semestre se ront publiés le 22 septembre 2003.

Nobody's unpredictable

« Nobody's unpredictable » est la nouvelle 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 au Premier Marché de la Bourse de Paris.

La société qui fait partie de l'indice SBF 120 et adhère au segment Next Prime, est également éligible au SRD.

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