



## RAPPORT ANNUEL 1999



International Mood Explorer\*

## **International Mood Explorer**

La devise d'Ipsos qui décline son métier et sa vocation,  
celle d'un groupe mondial spécialisé dans les études au service  
des marques, des entreprises et des institutions.



**Le 28 avril 2000**



**VISA DE LA COMMISSION DES OPERATIONS DE BOURSE**

Par application des articles 6 et 7 de l'ordonnance n° 67-833 du 28 Septembre 1967, la Commission des Opérations de Bourse a apposé sur le présent document de référence le visa n° R.00-261 en date du 23 mai 2000.

<b>1</b>	<b>RESPONSABLES DU DOCUMENT DE REFERENCE ET RESPONSABLES DU CONTROLE DES COMPTES</b>	<b>4</b>
<b>1.1</b>	<b>RESPONSABLES DU DOCUMENT DE REFERENCE</b>	<b>4</b>
<b>1.2</b>	<b>ATTESTATION DES RESPONSABLES DU DOCUMENT DE REFERENCE</b>	<b>4</b>
<b>1.3</b>	<b>RESPONSABLES DU CONTROLE DES COMPTES</b>	<b>4</b>
<b>1.4</b>	<b>ATTESTATION DES COMMISSAIRES AUX COMPTES</b>	<b>5</b>
<b>1.5</b>	<b>RESPONSABLES DE L'INFORMATION</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>RENSEIGNEMENTS DE CARACTERE GENERAL CONCERNANT IPSOS ET SON CAPITAL</b>	<b>6</b>
<b>2.1</b>	<b>RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LA SOCIETE</b>	<b>6</b>
2.1.1	<i>Dénomination sociale</i>	6
2.1.2	<i>Siège social</i>	6
2.1.3	<i>Date de constitution et durée de la Société</i>	6
2.1.4	<i>Forme juridique</i>	6
2.1.5	<i>Registre du Commerce et des Sociétés</i>	6
2.1.6	<i>Code NAF et dénomination du secteur d'activité</i>	6
2.1.7	<i>Lieu où peuvent être consultés les documents et renseignements relatifs à la Société</i>	6
2.1.8	<i>Objet social (article 2 des statuts)</i>	6
2.1.9	<i>Exercice social (article 27 des statuts)</i>	7
2.1.10	<i>Assemblées Générales (articles 20 à 22 des statuts)</i>	7
2.1.11	<i>Affectation et répartition des résultats</i>	7
2.1.12	<i>Clauses statutaires particulières</i>	7
	• Franchissement de seuils de participation statutaires dans le capital social (article 8 des statuts)	7
	• Identification des détenteurs de titres au porteur : Titres au Porteur Identifiables "TPI" (art.7 des statuts)	7
	• Droits de vote double (art.10 des statuts)	7
2.1.13	<i>Rachat par la Société de ses propres actions</i>	7
2.1.14	<i>Cession des actions</i>	9
<b>2.2</b>	<b>RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LE CAPITAL SOCIAL</b>	<b>10</b>
2.2.1	<i>Capital social</i>	10
2.2.2	<i>Evolution du capital social depuis 5 ans</i>	10
2.2.3	<i>Répartition du capital et des droits de vote</i>	10
2.2.4	<i>Capital autorisé non émis</i>	11
2.2.5	<i>Augmentation de capital réservée aux adhérents du Plan Epargne Groupe d'Ipsos</i>	11
2.2.6	<i>Capital potentiel</i>	11
2.2.7	<i>Autres titres donnant accès au capital</i>	12
2.2.8	<i>Titres non représentatifs du capital</i>	12
2.2.9	<i>Pacte d'actionnaires</i>	12
2.2.10	<i>Engagement de conservation</i>	12
2.2.11	<i>Dividendes et politique de distribution</i>	12
2.2.12	<i>Principales données boursières</i>	13
<b>3</b>	<b>RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITÉ DE L'EMETTEUR</b>	<b>14</b>
<b>3.1</b>	<b>PRÉSENTATION GÉNÉRALE D'IPSOS</b>	<b>14</b>
3.1.1	<i>Historique</i>	15
3.1.2	<i>Organisation du Groupe</i>	17
3.1.3	<i>Chiffres clés des deux derniers exercices</i>	19
<b>3.2</b>	<b>DESCRIPTION DES ACTIVITÉS D'IPSOS</b>	<b>21</b>
3.2.1	<i>Marketing</i>	21
3.2.2	<i>La mesure de l'efficacité publicitaire</i>	22
3.2.3	<i>Les médias</i>	23
3.2.4	<i>Les études d'opinion et la recherche sociale</i>	25
3.2.5	<i>Les études qualité et la satisfaction de clientèle</i>	26

<b>3.3</b>	<b>DESCRIPTION DES MARCHÉS D'IPSOS ET DE LA CONCURRENCE</b>	<b>27</b>
3.3.1	<i>Un marché en croissance</i>	27
3.3.2	<i>Un environnement concurrentiel vif et en pleine mutation</i>	30
3.3.3	<i>Les principaux acteurs</i>	32
3.3.4	<i>Le cadre réglementaire du marché des études</i>	35
<b>3.4</b>	<b>DESCRIPTION DE LA CLIENTÈLE DU GROUPE IPSOS</b>	<b>35</b>
<b>3.5</b>	<b>LES MOYENS MIS EN OEUVRE DANS LA REALISATION DES ETUDES</b>	<b>36</b>
3.5.1	<i>L'administration des questionnaires</i>	36
3.5.2	<i>L'utilisation des nouvelles technologies</i>	38
<b>3.6</b>	<b>LES INVESTISSEMENTS EN MATERIEL ET LES FOURNISSEURS</b>	<b>39</b>
3.6.1	<i>L'évolution des systèmes d'information</i>	39
3.6.2	<i>Les locaux</i>	39
3.6.3	<i>Les investissements en matériel</i>	39
3.6.4	<i>Les fournisseurs</i>	40
<b>3.7</b>	<b>DESCRIPTION DU MANAGEMENT ET DES RESSOURCES HUMAINES</b>	<b>41</b>
3.7.1	<i>Le management</i>	41
3.7.2	<i>Les ressources humaines et l'environnement social</i>	41
<b>3.8</b>	<b>FACTEURS DE RISQUES</b>	<b>42</b>
3.8.1	<i>Sensibilité aux évolutions macro-économiques</i>	42
3.8.2	<i>Saisonnalité de l'activité et des résultats</i>	42
3.8.3	<i>Risque de perte de chiffre d'affaires lié au départ de managers clés</i>	42
3.8.4	<i>Risque d'évolution de la législation du travail</i>	43
3.8.5	<i>Risque informatique</i>	43
3.8.6	<i>Risques de taux et de change</i>	43
<b>3.9</b>	<b>EVOLUTION RECENTE ET PERSPECTIVES D'AVENIR</b>	<b>43</b>
3.9.1	<i>La stratégie du groupe Ipsos</i>	43
3.9.2	<i>Evolution récente</i>	46
3.9.3	<i>Activité du premier trimestre</i>	48
3.9.4	<i>Perspectives d'avenir</i>	48
<b>3.10</b>	<b>FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES</b>	<b>49</b>
<b>3.11</b>	<b>GLOSSAIRE</b>	<b>50</b>
<b>4</b>	<b>SITUATION FINANCIERE - RESULTATS</b>	<b>51</b>
<b>4.1</b>	<b>COMPTES CONSOLIDÉS AU 31 DECEMBRE 1999</b>	<b>51</b>
4.1.1	<i>Rapport des Commissaires aux Comptes sur les comptes consolidés au 31 décembre 1999</i>	51
4.1.2	<i>Etats financiers consolidés au 31 décembre 1999</i>	52
<b>4.2</b>	<b>COMPTES SOCIAUX IPSOS AU 31 DECEMBRE 1999</b>	<b>71</b>
4.2.1	<i>Rapport général des Commissaires aux Comptes</i>	71
4.2.2	<i>Comptes sociaux au 31 décembre 1999</i>	72
<b>4.3</b>	<b>RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES</b>	<b>87</b>
<b>5</b>	<b>RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ADMINISTRATION, LA DIRECTION ET LE CONTROLE DE LA SOCIETE</b>	<b>88</b>
<b>5.1</b>	<b>MEMBRES ET FONCTIONS DES ORGANES DE DIRECTION</b>	<b>88</b>
<b>5.2</b>	<b>REMUNERATION DES ORGANES DE DIRECTION</b>	<b>89</b>
<b>6</b>	<b>ANNEXE : RESOLUTIONS DE L'ASSEMBLEE GENERALE MIXTE ORDINAIRE ET EXTRAORDINAIRE DU 24 MAI 2000</b>	<b>90</b>

## RESPONSABLES DU DOCUMENT DE REFERENCE ET RESPONSABLES DU CONTROLE DES COMPTES

### 1.1 RESPONSABLES DU DOCUMENT DE REFERENCE

Messieurs Didier Truchot et Jean-Marc Lech  
Co-Présidents d'Ipsos

### 1.2 ATTESTATION DES RESPONSABLES DU DOCUMENT DE REFERENCE

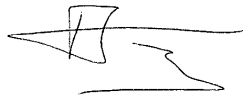
" A notre connaissance, les données du présent document de référence sont conformes à la réalité ; elles comprennent toutes les informations nécessaires aux investisseurs pour fonder leur jugement sur le patrimoine, l'activité, la situation financière, les résultats et les perspectives de l'émetteur, ainsi que sur les droits attachés aux titres offerts ; elles ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée. "

Les Co-Présidents

Messieurs Didier Truchot

et

Jean-Marc Lech




### 1.3 RESPONSABLES DU CONTROLE DES COMPTES

#### COMMISSAIRES AUX COMPTES TITULAIRES :

- ERNST & YOUNG Audit  
représenté par M. Gabriel Galet  
34, Bvd Haussmann - 75009 Paris  
Date de première nomination : 17 décembre 1998  
Date d'expiration du mandat : Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2003.
- COGERCO FLIPO  
représenté par M. Francis Pons  
9, avenue Percier - 75008 Paris  
Date de première nomination : 23 février 1988, mandat renouvelé le 26 juin 1993 et le 31 mai 1999  
Date d'expiration du mandat : Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2004.
- CABINET JPA  
représenté par M. Jacques Potdevin et Mme Danielle Bardreau-Gilbert  
7, rue de Galilée - 75116 Paris  
Date de première nomination : 23 mars 1991 ; mandat renouvelé le 27 juin 1997  
Date d'expiration du mandat : Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2002

#### COMMISSAIRES AUX COMPTES SUPPLÉANTS :

- M. Hervé POULIQUEN  
9, avenue Percier - 75008 Paris  
Date de première nomination : 23 février 1988 ; mandat renouvelé le 29 juin 1993 et le 31 mai 1999  
Date d'expiration du mandat : Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2004
- M. Philippe CAGNAT  
22 rue de Madrid, 75008- Paris  
Date de première nomination 30 juin 1994 ; mandat renouvelé le 27 juin 1997  
Date d'expiration du mandat : Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2002

## 1.4 ATTESTATION DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de la société Ipsos, nous avons procédé à la vérification des informations de nature financière et comptable données dans le présent document de référence.

Ce document de référence a été établi sous la responsabilité des Co-Présidents de la société. Il nous appartient d'émettre un avis sur les informations de nature financière et comptable contenues dans ce document.

### INFORMATIONS FINANCIÈRES ET COMPTABLES HISTORIQUES

Les comptes annuels et consolidés des exercices clos le 31 décembre 1999 et le 31 décembre 1998, arrêtés par le conseil d'administration ont fait l'objet de notre part d'un audit conformément aux normes de la profession, qui nous a conduit à certifier ces comptes sans réserve ni observation.

Ces normes de la profession requièrent la mise en oeuvre de diligences permettant d'obtenir une assurance raisonnable que ces comptes ne comportent pas d'anomalies significatives.

Nous avons vérifié la retranscription dans le présent document de référence de ces comptes annuels et consolidés ainsi que des informations comptables qui en sont issues et n'avons pas d'observation à formuler à cet égard.

### INFORMATIONS FINANCIÈRES RELATIVES AUX PERSPECTIVES D'AVENIR

Nos diligences sur les données financières relatives aux perspectives d'avenir du présent document ont consisté, sans avoir à apprécier les objectifs ou la pertinence des hypothèses de la société, à vérifier que ces données financières sont extraites d'estimations réalisées en interne par la société suivant les hypothèses mentionnées dans le document de référence. Sur la base de ces vérifications, nous n'avons pas d'observation à formuler à cet égard.

### AUTRES INFORMATIONS HISTORIQUES DE NATURE FINANCIÈRE ET COMPTABLE

Nos diligences sur les autres informations historiques de nature financière et comptable présentées dans le document de référence ont consisté à vérifier la sincérité et, le cas échéant, leur concordance avec les comptes annuels et consolidés de la société.

Sur la base de ces vérifications, nous n'avons pas d'observation à formuler sur ces autres informations historiques.

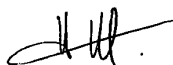
Paris, le 19 mai 2000.

COGERCO - FLIPO



Francis Pons

JPA

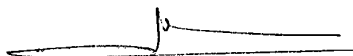


Danielle Bardreau-Gilbert

ERNST & YOUNG Audit



Gabriel Galet



Jacques Potdevin

## 1.5 RESPONSABLE DE L'INFORMATION

Madame Laurence Stoclet, Directeur Financier (Tel : 01.53.68.19.45)

99, rue de l'Abbé Groult

75015 Paris

# 2

## *RENSEIGNEMENTS DE CARACTERE GENERAL CONCERNANT IPSOS ET SON CAPITAL*

### 2.1 RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LA SOCIETE

#### 2.1.1 DÉNOMINATION SOCIALE

Ipsos

#### 2.1.2 SIÈGE SOCIAL

99/101, rue de l'Abbé Groult 75015- PARIS

#### 2.1.3 DATE DE CONSTITUTION ET DURÉE DE LA SOCIÉTÉ

La Société a été constituée le 22 octobre 1975. Sa durée de vie est de 99 ans, à compter de son immatriculation au Registre du Commerce et des Sociétés, sauf dissolution anticipée ou prorogation.

#### 2.1.4 FORME JURIDIQUE

Société Anonyme de droit français à Conseil d'administration régie par la loi du 24 juillet 1966.

#### 2.1.5 REGISTRE DU COMMERCE ET DES SOCIÉTÉS

304 555 634 R.C.S.: PARIS

#### 2.1.6 CODE NAF ET DÉNOMINATION DU SECTEUR D'ACTIVITÉ

741 E - Etudes de marchés et sondages

#### 2.1.7 LIEU OÙ PEUVENT ÊTRE CONSULTÉS LES DOCUMENTS ET RENSEIGNEMENTS RELATIFS À LA SOCIÉTÉ

Les statuts, comptes, rapports et procès-verbaux d'assemblées générales peuvent être consultés au siège social.

#### 2.1.8 OBJET SOCIAL (ARTICLE 2 DES STATUTS)

La Société a pour objet :

- la réalisation d'études de marché effectuées au moyen d'enquêtes, de sondages, de recherches statistiques ou par tous autres procédés tendant à faciliter et à organiser l'implantation commerciale, la promotion, la diffusion de produits et de services de toute nature, ainsi que la réalisation d'études, enquêtes, sondages, analyses et de conseils dans le domaine politique, économique et social,
- l'étude, la préparation, l'organisation, l'entreprise soit pour son compte, le compte de tiers, comme concessionnaire, agent ou autrement de la publicité sous toutes ses formes pour tous produits du commerce, y compris toute entreprise de régie publicitaire,
- la réalisation de toutes activités de conseil pouvant constituer une aide à la décision des entreprises, services ou tout autre organisme,
- la recherche, la prise, l'acquisition, l'exploitation de tous brevets, licences, procédés et fonds de commerce se rapportant à l'activité ci-dessus,
- la prise d'intérêts et la participation sous quelque forme que ce soit dans toutes entreprises similaires, notamment par voie d'apport, souscription ou achat d'actions, d'obligations ou autres titres, commandite fondation de sociétés nouvelles, fusions ou autrement,
- la réalisation de toutes opérations financières liées à la présence en bourse,
- et généralement toutes autres opérations civiles, commerciales, financières, industrielles mobilières ou immobilières qui pourraient se rattacher directement ou indirectement à l'objet de la Société ou à tous autres objets similaires ou connexes.

## 2.1.9 EXERCICE SOCIAL (ARTICLE 27 DES STATUTS)

Du 1er janvier au 31 décembre de chaque année.

## 2.1.10 ASSEMBLÉES GÉNÉRALES (ARTICLES 20 À 23 DES STATUTS)

Les Assemblées Générales sont convoquées et délibèrent dans les conditions fixées par la loi et le règlement. Les Assemblées Générales ont lieu, soit au siège social de la Société, soit dans tout autre lieu précisé dans l'avis de convocation.

Tout actionnaire a le droit, sur justification de son identité, de participer aux Assemblées en y assistant personnellement, en retournant un bulletin de vote par correspondance ou en désignant un mandataire, sous la condition :

- pour les titulaires d'actions nominatives, d'une inscription nominative dans les registres de la Société,
- pour les titulaires d'actions au porteur, du dépôt, dans les conditions prévues à l'article 136 du décret n°67-236 du 23 mars 1967, d'un certificat de dépôt des actions au porteur.

Ces formalités doivent être accomplies cinq jours au moins avant la réunion de l'Assemblée.

## 2.1.11 AFFECTATION ET RÉPARTITION DES RÉSULTATS

Sur le bénéfice de l'exercice diminué, le cas échéant, des pertes antérieures, il est prélevé cinq pour cent au moins pour constituer le fonds de réserve légale. Ce prélèvement cesse d'être obligatoire lorsque le fonds de réserve atteint le dixième du capital social.

Le solde, le cas échéant, diminué de toutes autres sommes à porter en réserve en application de la loi et des statuts, et augmenté du report bénéficiaire, constitue le bénéfice distribuable.

L'Assemblée Générale peut, en outre, décider la mise en distribution de sommes prélevées sur les réserves dont elle a la disposition, en indiquant expressément les postes de réserve sur lesquels les prélèvements sont effectués.

L'Assemblée Générale prélève sur le bénéfice distribuable toute somme qu'elle juge convenable, pour les porter à nouveau ou les affecter à un ou plusieurs postes de réserve.

## 2.1.12 CLAUSES STATUTAIRES PARTICULIÈRES

### • Franchissement de seuils de participation statutaires dans le capital social (article 8 des statuts)

L'Assemblée Générale Extraordinaire du 31 mai 1999 a décidé la mise en place d'un seuil de déclaration de 2,5 % ou de ses multiples, au delà d'un seuil de 5%, du nombre total de droits de vote de la Société. Cette obligation de déclaration s'applique à la hausse comme à la baisse. Elle s'ajoute à l'obligation de déclaration de franchissement des seuils légaux de 5 %, 10 %, 20 %, 33 1/3%, 50 % et 66 2/3%.

### • Identification des détenteurs de titres au porteur : Titres au Porteur Identifiables "TPI" (article 7 des statuts)

Conformément à l'article 263-1 de la loi du 24 juillet 1966, la Société peut recourir à tout moment auprès de la SICOVAM à la procédure d'identification des titres au porteur.

### • Droits de vote double (article 10 des statuts)

L'Assemblée Générale Extraordinaire du 31 mai 1999 a décidé la mise en place d'un droit de vote double en faveur des actions pour lesquelles il est justifié d'une inscription nominative depuis 4 ans au moins, au nom du même actionnaire. Cette décision ne s'applique pas rétroactivement aux actions déjà inscrites au nominatif.

## 2.1.13 RACHAT PAR LA SOCIÉTÉ DE SES PROPRES ACTIONS

### A. OBJECTIFS DU PROGRAMME DE RACHAT D'ACTIONS ET UTILISATION DES ACTIONS RACHETÉES

Le groupe Ipsos est l'un des leaders français et mondiaux du marché des études et des sondages. Créé en 1975, il a connu un des plus forts développements sur son marché, notamment au niveau international. Aujourd'hui présent dans plus de 24 pays, il emploie plus de 1.680 salariés permanents. En 1999, il a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 236 millions d'euros (1 514 millions de francs). Depuis le 1er juillet 1999, le groupe Ipsos est coté sur le Nouveau Marché de la Bourse de Paris.

La groupe Ipsos souhaite continuer de faire profiter ses actionnaires des nouvelles dispositions prévues par la loi n° 66-537 du 24 juillet 1966 modifiée. A ces fins, le groupe envisage aujourd'hui de renouveler les possibilités d'intervention sur ses actions, en sollicitant de l'assemblée générale extraordinaire qui doit se tenir le 24 mai 2000, l'autorisation d'annuler tout ou partie des titres qu'il détient déjà ou qu'il pourrait acquérir, dans la limite de 10 % du capital de la société.

Toutes choses égales par ailleurs, cette opération devrait se traduire par une amélioration des principaux ratios, dont le résultat par action, servant de support à la valorisation et à l'appréciation boursière du titre. Elle devrait également favoriser le fonctionnement du marché de l'action la société Ipsos.

Les objectifs visés par ce programme de rachat concernent par ordre de priorité les situations suivantes :

- a) de remettre les titres en paiement ou en échange, notamment dans le cadre d'opérations de croissance externe,
- b) optimiser la gestion financière de la société,
- c) régulariser le cours de bourse de l'action de la société,
- d) consentir des options d'achat d'actions aux salariés et/ou mandataires sociaux de la société et/ou de son groupe ou de certains d'entre eux, ou leur proposer d'acquérir des actions dans les conditions prévues aux articles 443-1 et suivants du code de travail et par le deuxième alinéa de l'article 208-18,
- e) attribuer les titres dans le cadre de la participation des salariés aux fruits de l'expansion ou d'un plan d'épargne d'entreprise,
- f) l'annulation éventuelle des actions rachetées dans les conditions fixées ultérieurement par un Conseil d'Administration.

## **B. CADRE JURIDIQUE**

Il est rappelé que l'assemblée générale ordinaire du 31 mai 1999 a, dans sa 6ème résolution, autorisé le conseil d'administration de la société, jusqu'à la tenue de l'assemblée générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 1999, à intervenir en bourse sur les actions de la société dans les conditions fixées par les articles 217-2 à 217-5 de la loi du 24 juillet 1966 modifiée.

Le présent programme de rachat d'actions, soumis à l'adoption des 6ième de l'assemblée générale ordinaire du 24 mai 2000 et 5ème résolutions par l'assemblée générale extraordinaire du 24 mai 2000, s'inscrit dans le cadre législatif créé par la loi n° 98-546 du 2 juillet 1998 portant diverses dispositions d'ordre économique et financier, et se substitue aux autorisations de régularisation de cours en vigueur à ce jour.

Ces résolutions prévoient que :

### ***a) 6ème résolution (à titre ordinaire) :***

" L'assemblée générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et des éléments figurant dans la note d'information visée par la Commission des Opérations de Bourse, autorise le Conseil d'Administration, conformément aux dispositions de l'article 217-2 de la loi du 24 juillet 1966, à acheter les actions de la société.

L'acquisition, la cession ou le transfert de ces actions pourront être effectués par tous moyens, et à tout moment.

Le prix maximum d'achat est fixé à 350 euros par action et le prix minimum de vente à 50 euros par action.

En cas d'opérations sur le capital, notamment augmentation de capital par incorporation de réserves, attribution d'actions gratuites, division ou regroupement des titres, les prix indiqués ci-dessus seront ajustés par un coefficient multiplicateur égal au rapport entre le nombre de titres composant le capital avant l'opération et ce nombre après l'opération.

La part maximale du capital pouvant être achetée ne pourra excéder en permanence la limite de 10 % du capital social, correspondant à un nombre maximum de 523 468 actions à la date du 24 mai 2000, sous réserve d'ajustement en cas d'opération sur le capital. Le montant maximal des fonds que la Société pourrait consacrer au rachat de ses propres actions s'élève à 183 millions d'Euros.

Les acquisitions d'actions pourront être effectuées en vue de :

- optimiser la gestion financière de la société,
- régulariser le cours de bourse de l'action de la société,
- consentir des options d'achat d'actions aux salariés et/ou mandataires sociaux de la société et/ou de son groupe ou de certains d'entre eux, ou leur proposer d'acquérir des actions dans les conditions prévues aux articles 443-1 et suivants du code de travail et par le deuxième alinéa de l'article 208-18,
- attribuer les titres dans le cadre de la participation des salariés aux fruits de l'expansion ou d'un plan d'épargne d'entreprise,
- de remettre les titres en paiement ou en échange, notamment dans le cadre d'opérations de croissance externe,
- permettre la sortie d'un ou plusieurs actionnaires minoritaires.

Les actions ainsi acquises pourront être conservées, cédées, transférées. Elles pourront également être annulées conformément aux termes de l'autorisation de l'Assemblée Générale Extraordinaire prévue par la cinquième résolution de ladite assemblée.

Cette autorisation se substitue à l'autorisation donnée par l'Assemblée Générale Ordinaire du 31 mai 1999 dans sa sixième résolution.

Cette autorisation expirera à l'issue de l'assemblée générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2000.

Tous pouvoirs sont conférés au Conseil d'Administration, avec faculté de délégation, en vue d'assurer l'exécution de la présente autorisation " .

### ***b) 5ème résolution (à titre extraordinaire) :***

" L'assemblée générale statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Extraordinaires et connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et de celui des commissaires aux comptes, autorise le Conseil d'Administration, avec faculté de délégation :

- à annuler en une ou plusieurs fois les actions acquises au titre de la mise en oeuvre de l'autorisation donnée à la sixième résolution de l'Assemblée Générale Ordinaire tenue ce jour ou toute résolution qui viendrait s'y substituer,

dans la limite de 10 % du capital par période de vingt-quatre mois et à réduire corrélativement le capital social en imputant la différence entre la valeur de rachat des titres annulés et leur valeur nominale sur les primes et réserves disponibles,

- à modifier en conséquence les statuts et à accomplir toutes formalités nécessaires.

Cette autorisation expire à l'issue de l'assemblée générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2000".

### **C. MODALITES**

#### ***a) Part maximale du capital à acquérir et montant maximal payable par la société Ipsos***

La part maximale de capital de la société Ipsos à acquérir est fixée à 10 % du capital arrêté à la date de l'assemblée générale mixte de ses actionnaires du 24 mai 2000, soit 523 468 actions.

La société s'engage à rester en permanence dans la limite de détention directe ou indirecte de 10 % du capital.

Dans l'hypothèse où toutes les actions seraient acquises au prix maximum autorisé par l'assemblée, soit 350 euros, le montant maximum utilisé par la société Ipsos à ce rachat s'élèverait à 183 millions d'euros.

#### ***b) Modalités de rachats***

Ces rachats seront effectués dans le respect des dispositions légales et réglementaires et notamment des règles d'interventions des émetteurs sur leurs propres titres prévues aux articles 6, 7 et 8 du règlement n° 98-03 de la Commission des Opérations de Bourse, l'article 3 du règlement n° 89-03 de la Commission des Opérations de Bourse et l'article 5.2.12 du Conseil des Marchés Financiers. Les titres pourront être acquis par achats en bourse ou par blocs. La part réalisée par achat de blocs pourrait représenter l'intégralité du programme.

#### ***c) Durée et calendrier du programme***

Sous réserve de son approbation par l'assemblée générale mixte des actionnaires de la société Ipsos du 24 mai 2000, le programme de rachat d'actions est prévu pour une durée expirant à l'issue de l'Assemblée Générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2000.

#### ***d) Financement du programme de rachat***

Le programme de rachat sera financé par des ressources propres de la société Ipsos ou par recours à de l'endettement pour les besoins additionnels qui excéderaient son autofinancement.

### **D. INTENTION DES PRINCIPAUX ACTIONNAIRES**

LT Participations garde toute liberté, en fonction des circonstances, de céder des titres Ipsos durant la période de validité de ce présent programme.

#### **2.1.14 CESSIION DES ACTIONS**

Aucune clause statutaire ne restreint le transfert des actions.

Au 31 décembre 1999, la société Ipsos n'avait pas fait usage de ces autorisations et n'a acheté ou vendu aucune action.

Un nouveau programme de rachat sera proposé à l'Assemblée du 24 mai 2000. Celui-ci a fait l'objet d'une note d'information visée par la COB sous le numéro 00-660 en date du 28 avril 2000.

## 2.2 RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LE CAPITAL SOCIAL

### 2.2.1 CAPITAL SOCIAL

Le capital social est de F 26 173 400 divisé en 5 234 680 actions d'un nominal de F 5 chacune, entièrement libérées, toutes de même catégorie.

### 2.2.2 EVOLUTION DU CAPITAL SOCIAL DEPUIS 5 ANS

Date	Opération	Nominal	Prime d'émission brute	Nominal cumulé	Nombre d'actions cumulé
Solde au 31/12/94				14.584.500 F	29.169
AG du 30/05/95	Augmentation de capital réservée	500 F	4.299.347 F	14.882.500 F	29.765
AG du 19/12/96	Augmentation de capital par émission de 1611 actions	500 F	13.864.500 F	15.688.000 F	31.376
15/05 /97	Création de 110 actions par suite de conversion d'OC (1)	500 F	793.503,70 F	15.743.000 F	31.486
AG du 23/01/98	Augmentation de capital par émission de 8124 actions	500 F	75.926.904 F	19.805.000 F	39.610
AG du 28/07/98	Division par 50 du nominal	10 F		19.805.000 F	1.980.500
31/05/99	Création de 193.400 actions par suite de conversion d'OC (2)	10 F	18.063.560 F	21.739.000 F	2.173.900
31/05/99	Augmentation de capital de 49.900 actions consécutive à la conversion des OC (2)	10 F	9.327.308 F	22.238.000 F	2.223.800
AG du 31/05/99	Division du nominal par 2	5 F		22.238.000 F	4.447.600
30/06/99	Augmentation de capital en numéraire réservée aux salariés	5 F	8 384 152 F	22 468 400 F	4 493 680
lors de l'introduction, le 01/07/99	Augmentation de capital en numéraire	5 F	159 126 486 F	26 173 400 F	5 234 680

(1) le 30 juin 1995, la Société a émis 266 Obligations Convertibles en actions (OC), selon un rapport de conversion de une action pour une OC, échéance mars 1997. A l'issue du délai de conversion, 156 OC avaient été remboursées.

(2) le 24/07/92, la Société a émis 3.868 Obligations Convertibles en actions (OC), selon un rapport de conversion de une action pour une OC, échéance 27/07/99. Suite à la division du nominal par 50 en 1998, les obligataires ont pu souscrire à 193.400 actions. Par ailleurs, lors de l'augmentation de capital du 23/01/98, une tranche avait été réservée aux obligataires correspondant à 49.900 actions. La conversion et la souscription à l'augmentation de capital réservée ont eu lieu le 31/05/99.

Depuis la date du 31 mai 1999, il n'existe plus d'obligations convertibles en actions.

### 2.2.3 RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE

A la connaissance de la société, la répartition du capital social et des droits de vote, était la suivante au 31 décembre 1999 :

Actionnaires	Nombre d'actions	% du capital	Nombre de droits de vote	% de droits de vote
LT Participations (1)	2 225 150	42,51	3 968 850	56,60
Salariés (2)	141 794	2,71	412 394	2,03
SG Capital Développement	97 400	1,86	130 900	1,87
Public	2 770 336	52,92	2 770 336	39,50
<b>Total</b>	<b>5 234 680</b>	<b>100,00</b>	<b>5 234 680</b>	<b>100,00</b>

(1) Holding détenue majoritairement par Messieurs Didier Truchot et Jean-Marc Lech, co-présidents d'Ipsos, (58% du capital) aux côtés des cadres dirigeants du groupe (20% du capital), de la Société Financière et Industrielle Gaz et Eaux (15% du capital) et du groupe Société Générale (7% du capital).

(2) A l'occasion de l'introduction en bourse du 1er juillet 1999 et dans le cadre d'un plan d'épargne d'entreprise, une tranche a été réservée aux salariés; un tiers d'entre eux sont devenus actionnaires (voir paragraphe 2.2.5).

Par ailleurs, certains managers des filiales d'Amérique Latine et d'Amérique du Nord, ainsi que le dirigeant de la filiale allemande ont acquis directement des titres Ipsos au prix d'introduction, pour un total de 97 124 actions.

Il n'existe pas d'autocontrôle.

## 2.2.4 CAPITAL AUTORISÉ NON ÉMIS

Il est rappelé que le Conseil d'Administration a été autorisé par l'Assemblée Générale Extraordinaire du 31 mai 1999 à augmenter le capital social en une ou plusieurs fois d'un montant nominal maximum de 8,5 millions de francs. Cette autorisation a été utilisée à hauteur de 3.705.000 F par une décision du Conseil d'Administration du 25 juin 1999 à l'occasion de l'introduction en Bourse.

Le Conseil d'Administration de la Société devrait être autorisé par l'Assemblée Générale Extraordinaire du 24 mai 2000 pour une durée maximale de 26 mois, à augmenter le capital social d'un montant nominal maximal de F 10 000 000 (€ 1 524 490) en une ou plusieurs fois, avec maintien ou suppression du droit préférentiel de souscription, par émission de toutes valeurs mobilières, y compris de bons de souscription autonomes donnant accès immédiatement ou à terme à une quotité du capital social.

En outre, le montant nominal global des augmentations de capital par incorporation de réserves, bénéfices, primes d'émission ou tout autre élément susceptible d'être incorporé au capital est plafonné à F 10 000 000 (€ 1 524 490). Le montant nominal global des émissions de valeurs mobilières représentatives de créances donnant accès au capital ne pourra excéder € 200.000.000.

Ces autorisations pourraient être utilisées, dans les conditions prévues par la loi, en cas d'offre publique d'achat ou d'échange sur les valeurs mobilières de la Société.

## 2.2.5 AUGMENTATION DE CAPITAL RÉSERVÉE AUX ADHÉRENTS DU PLAN ÉPARGNE GROUPE D'IPROS

Le Conseil d'Administration de la Société a été autorisé par l'Assemblée Générale Extraordinaire du 31 mai 1999, pour une durée de cinq ans, à augmenter le capital social, avec suppression du droit préférentiel de souscription, en une ou plusieurs fois, par émission d'actions réservées aux salariés de la Société ou des sociétés qui lui sont liées au sens de l'article 208-4 de la loi du 24 juillet 1966, qui sont adhérents au Plan d'Épargne Groupe mis en place par les sociétés ; soit dans le cadre du Fonds Commun de Placement, soit par actionnariat direct pour les salariés des filiales étrangères, en application des dispositions des articles 186-3 de la même loi et L 443-5 du Code du Travail, dans la limite de 5% du capital social au jour de la décision du Conseil d'Administration.

Le conseil d'administration, lors de sa réunion du 21 juin 1999 a décidé de faire usage de cette autorisation ; dans ce cadre, le 30 juin 1999, 46 080 actions nouvelles ont été émises, avec suppression du droit préférentiel de souscription et réservées à la souscription, d'une part aux salariés d'Ipsos SA ou des salariés des filiales du Groupe en France par l'intermédiaire d'un FCP d'entreprise, d'autre part, aux salariés des filiales du Groupe en Grande-Bretagne, Allemagne, Italie, Espagne, Belgique, Portugal et les Etats-Unis. Le prix de souscription des actions réservées aux salariés, directement ou indirectement, a été fixé à € 28,5 (F 186,9) le 25 juin par le conseil d'administration d'Ipsos conformément aux conclusions du rapport d'expert nommé conformément aux articles 186-3 de la loi du 24 juillet 1966 et 443-5 du Code du Travail.

**Cette augmentation de capital réservée a permis à un tiers des salariés d'Ipsos dans 8 pays de devenir actionnaires de l'entreprise.**

**Le groupe Ipsos envisage de faire de nouveau usage de l'autorisation mentionnée ci-dessus afin de proposer à ses salariés d'autres augmentations de capital réservées dans l'avenir.**

## 2.2.6 CAPITAL POTENTIEL

Par décision de l'Assemblée Générale extraordinaire du 28 juillet 1998, le Conseil d'administration a été autorisé, dans le cadre des articles 208-1 de la loi du 24 juillet 1966, à consentir aux salariés du groupe ou à certains d'entre eux, et aux mandataires sociaux des options de souscription d'actions nouvelles de la Société à émettre à titre d'augmentation de capital. Le Conseil d'Administration du 28 juillet 1998 a mis en place un plan en deux étapes, en définissant les conditions d'attribution :

- une première tranche, portant sur un nombre de 97.662 options (après division du nominal par 50 par décision de l'AGE du 28/07/98 et par 2 par décision de l'AGE du 31/05/99), a été allouée par décision du même Conseil d'Administration.
- une seconde tranche, correspondant à des droits acquis le 28/07/98 et dont l'attribution dépendait de la réalisation d'objectifs de rentabilité, portant sur un nombre de 98.240 options (après division du nominal par 2 par décision de l'AGE du 31/05/99), a été allouée par décision du Conseil d'Administration du 10 mai 1999.

Date du conseil	Quantité attribuée (*)	Prix d'exercice 1 option pour 1 action	Options exercées	Quantité restant à ce jour**	Date limite de levées
28 juillet 1998	97 662	135 FRF	0	91 578	28/07/2008
10 mai 1999	98 236	150 FRF	0	92 374	28/07/2008
<b>TOTAL</b>	<b>195 898</b>		<b>0</b>	<b>183 952</b>	

(\*) après division du nominal par 50 (AGE du 28/07/98) et par 2 (AGE du 31/05/99)

(\*\*) dont options détenues par le comité exécutif : 39 588 (1998 : 21 588, 1999 : 18 000)

## Nouveau plan d'options

L'assemblée générale convoquée pour le 24 mai 2000 devrait autoriser le conseil d'administration, avec faculté de subdélégation au président, dans le cadre des articles 208-1 et suivants de la loi n° 66-357, modifiée et complétée du 24 juillet 1966 sur les sociétés commerciales, à consentir aux mandataires sociaux, aux salariés ou à certains d'entre eux de la société Ipsos S.A. et des sociétés liées à elles dans les conditions de l'article 208-4 de la loi n° 66-357, modifiée et complétée du 24 juillet 1966, des options de souscription d'actions ordinaires nouvelles de la société Ipsos S.A., à émettre à titre d'augmentation de capital, ainsi que des options donnant droit à l'achat d'actions Ipsos acquises par la société dans les conditions légales.

Le délai pendant lequel le conseil d'administration pourra faire usage de cette autorisation est fixé à cinq ans à compter du jour de l'assemblée du 24 mai 2000. Il pourra utiliser cette autorisation en une ou plusieurs fois, en tout ou partie. Le nombre total des options de souscription d'actions qui pourront être consenties portera sur 6% de la totalité des actions représentant le capital de la société au jour de la présente assemblée, soit 314 080 options.

L'assemblée générale délègue au conseil d'administration dans les limites fixées ci-dessus, avec faculté de subdélégation dans les conditions légales, les pouvoirs nécessaires pour mettre en œuvre le plan d'options et notamment pour :

- fixer dans les conditions légales, les dates auxquelles seront consenties les options,
- fixer le prix de souscription et le prix d'achat dans la limite et selon les modalités prévues par la loi,
- déterminer les dates de chaque attribution, fixer les conditions dans lesquelles seront consenties les options, arrêter la liste des bénéficiaires des options et décider du nombre d'actions que chacun pourra souscrire ou acquérir,
- fixer les conditions d'exercice des options, l'exercice pouvant être suspendu temporairement,
- décider des conditions dans lesquelles le prix et le nombre des actions seront ajustés,
- accomplir tous actes et formalités, notamment pour les augmentations de capital qui pourraient être réalisées, modifier les statuts et faire le nécessaire.

Le plan proposé à l'assemblée du 24 mai 2000 se substitue à l'autorisation donnée par l'Assemblée Générale Extraordinaire du 28 juillet 1998.

### 2.2.7 AUTRES TITRES DONNANT ACCÈS AU CAPITAL

Il n'existe aucun autre titre donnant accès au capital de la Société.

### 2.2.8 TITRES NON REPRÉSENTATIFS DU CAPITAL

Il n'existe aucun titre non représentatif du capital de la Société.

### 2.2.9 PACTE D'ACTIONNAIRES

Il n'existe aucun pacte d'actionnaires.

### 2.2.10 ENGAGEMENT DE CONSERVATION

Il est rappelé que, conformément aux règles de fonctionnement du Nouveau Marché, LT Participations s'est engagé à conserver pendant une période de un an à compter de la date d'introduction, soit jusqu'au 1er juillet 2000, 80 % de la participation qu'elle détient directement et/ou indirectement actuellement dans Ipsos.

### 2.2.11 DIVIDENDES ET POLITIQUE DE DISTRIBUTION

La société entend mener une politique constante de distribution favorable aux actionnaires représentant une somme de l'ordre de 33 % du bénéfice net consolidé (résultat net global après amortissement des écarts d'acquisition et des fonds de commerce, part du groupe), sous réserve que l'intérêt social de la Société le permette.

Au titre des 5 derniers exercices, les dividendes distribués par Ipsos sont les suivants :

Au titre de l'exercice	Dividende net par action (*)		Avoir fiscal par action (*)		Revenu réel par action (*)	
	en F	en €	en F	en €	en F	en €
1999 (**)	1,50	0,23	0,75	0,11	2,25	0,34
1998	Néant					
1997	Néant					
1996 (*)	134	20,42	67	10,21	201	30,64
1995 (*)	134	20,42	67	10,21	201	30,64

(\*) pour les exercices 1995 et 1996, les montants sont donnés avant division du nominal par 50 (AGE du 28/07/98) et par 2 (AGE du 31/05/99)

(\*\*) distribution qui est proposée à l'assemblée du 24 mai 2000 ; date de mise en paiement prévue : 27 juin 2000

Conformément aux dispositions légales, les dividendes et acomptes sur dividendes sont prescrits dans un délai de cinq ans au profit de l'Etat.

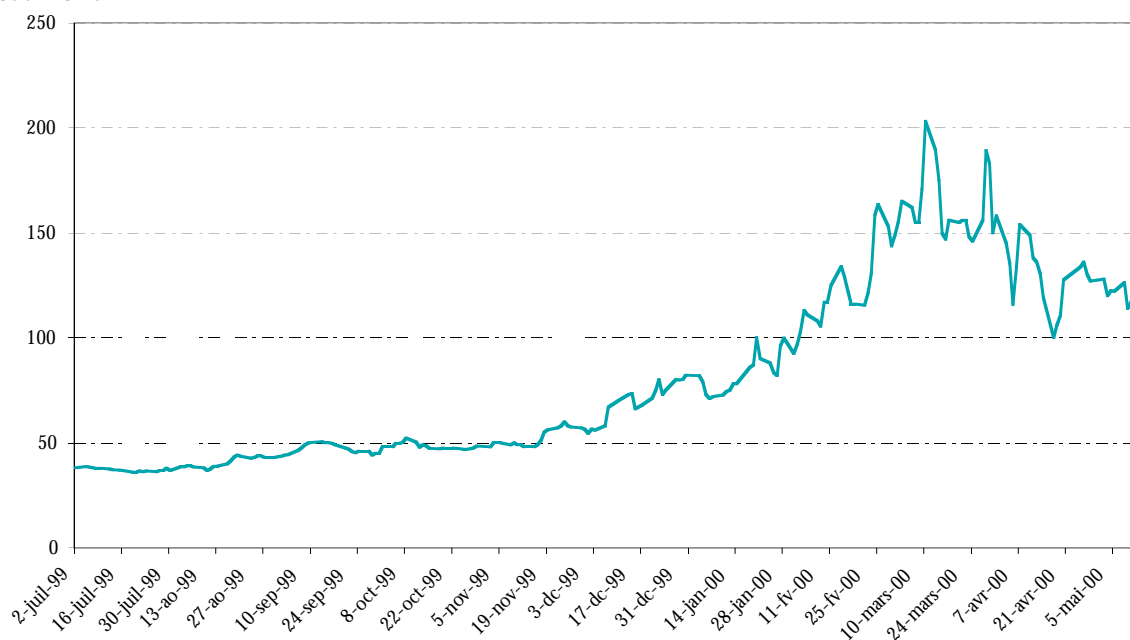
## 2.2.12 PRINCIPALES DONNÉES BOURSIÈRES

Evolution du cours de l'action et des volumes depuis la première cotation le 1er juillet 1999.

	+ haut	+ bas	Cours moyen pondéré des volumes en EURO	Volume en titres	Volume en millions EURO
	en EURO	en EURO			
Juillet 1999	38.7	36.0	37.8	1 342 689	50.7
Août 1999	44.1	36.7	41.9	370 650	15.5
Septembre 1999	50.4	43.5	47.6	199 879	9.5
Octobre 1999	52.1	47.0	48.4	212 358	10.3
Novembre 1999	60.0	48.0	52.4	252 422	13.2
Décembre 1999	82.1	54.5	69.5	148 579	10.3
Janvier 2000	100.1	71.0	87.7	312 150	27.4
Février 2000	163.5	97.0	127.9	321 525	41.1
Mars 2000	203.0	146.0	159.8	564 365	90.2
Avril 2000	154.0	100.0	122.8	230 247	28.3

### Evolution du cours de l'action depuis l'introduction d'Ipsos au Nouveau Marché

Cours en EURO



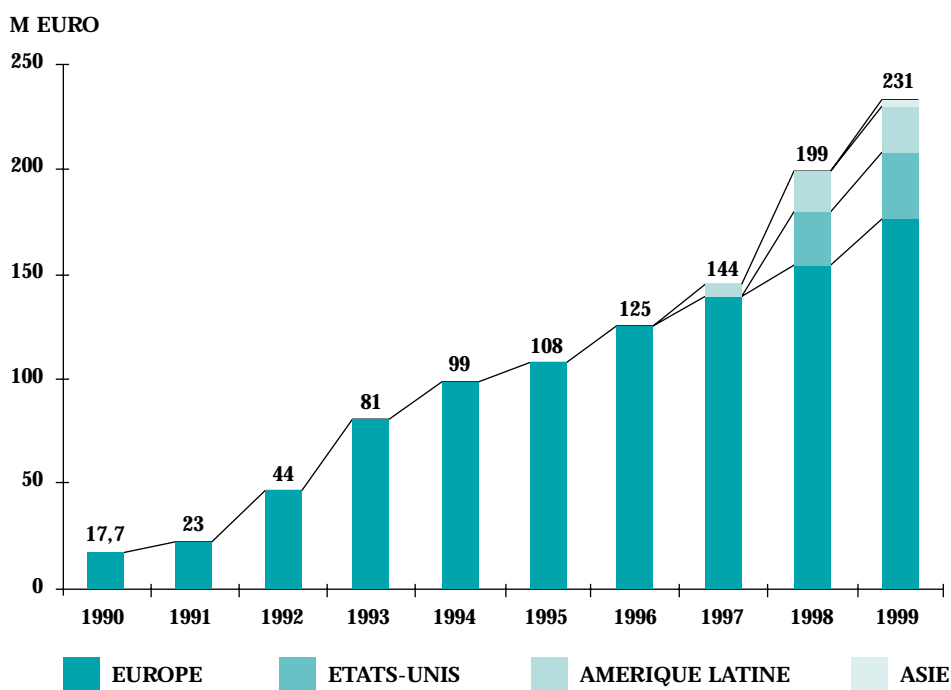
## RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DE L'EMETTEUR

### 3.1 PRESENTATION GENERALE D'IPSOS

Ipsos est une société d'études multi-spécialiste (marketing et communication, médias, opinion et recherche sociale, satisfaction de clientèle). Son activité est fondée sur la production, l'interprétation et la diffusion d'informations collectées sur les opinions, les attitudes et les comportements des individus.

Première société d'étude française indépendante, Ipsos détient également de fortes positions en Europe, en Amérique du Nord et du Sud, au Moyen-Orient et dans la région Asie-Pacifique. Le Groupe se classe au 9ème rang mondial (classement ESOMAR) et réalise aujourd'hui plus de 70% de son chiffre d'affaires hors de France.

Effectivement présent dans 24 pays, au travers de filiales spécialisées, Ipsos conduit des études pour ses grands clients dans plus de 100 pays. Le chiffre d'affaires du Groupe a été multiplié par plus de 13 depuis 1990, début du développement à l'international, soit une croissance moyenne annualisée de 32,6 %.



A partir du début de la décennie, la croissance organique a été soutenue, régulièrement au-dessus de 10%, soit une progression moyenne supérieure à celle du marché mondial des études (+10% par an depuis 1990 ; Cf. paragraphe " 3.3.1.1 Le marché mondial ").

	Croissance totale du chiffre d'affaires	Croissance organique (*)
1990 - 1991	+ 29,3 %	+ 9,8 %
1991 - 1992	+ 104,0 %	+ 30,0 %
1992 - 1993	+ 73,8 %	+ 29,7 %
1993 - 1994	+ 22,8 %	+ 10,3 %
1994 - 1995	+ 8,3 %	+ 10,6 %
1995 - 1996	+ 15,8 %	+ 10,0 %
1996 - 1997	+ 15,5 %	+ 7,1 %
1997 - 1998	+ 38,2 %	+ 10,9 %
1998 - 1999	+ 15,8 %	+ 12,7 %

(\*) croissance du chiffre d'affaires à périmètre et taux de change inchangés

### 3.1.1 HISTORIQUE

#### ***1975 - 1981 : une naissance sous le signe de la différence***

Ipsos est fondée en 1975 par Didier Truchot. Le but est d'introduire une approche nouvelle dans le milieu des études en France, dominé à l'époque par la SOFRES et l'IFOP, en apportant aux clients non seulement de l'information de qualité, mais également de la valeur ajoutée relative à la signification opérationnelle de cette information.

La jeune société se démarque en lançant deux innovations sur le marché français :

- des instruments normalisés d'évaluation de l'efficacité publicitaire, média par média,
- une mesure de l'audience de la presse des cadres, dont le financement est syndiqué auprès d'un grand nombre des titres de la presse française.

Ipsos réussit à s'imposer parmi les sociétés d'études les plus influentes. En 1981, elle réalise un chiffre d'affaires de 5 MF.

#### ***1982 - 1989 : le succès en France***

Les années 80 vont marquer la première phase de forte croissance du Groupe. Le début de cette période coïncide avec l'arrivée à la co-Présidence d'Ipsos, aux côtés de Didier Truchot, de Jean-Marc Lech, jusqu'alors Président de l'IFOP.

La France des années 80 est le théâtre d'une véritable explosion de la communication, sous l'influence de plusieurs facteurs :

- un dynamisme remarquable de la publicité,
- le développement de la presse pour cadres, qui correspond à un recentrage de la presse quotidienne et magazine, vers cette population particulière,
- une forte alternance politique, qui accroît la nécessité de communiquer du monde politique et l'oblige à mieux maîtriser son image.

Dans cet environnement porteur, Ipsos connaît une croissance très rapide. Le Groupe réussit à occuper des positions fortes dans ses métiers, où elle acquiert une image d'excellence :

- les médias,
- l'évaluation de l'efficacité publicitaire,
- les études d'opinion et la recherche sociale.

A la fin de 1989, Ipsos réalise un CA de 100 MF et occupe la 5ème position sur le marché français après Nielsen, Secodip, la Sofres et BVA.

A cette époque, les co-Présidents perçoivent une évolution des donneurs d'ordres : les grands groupes internationaux, soucieux de globaliser leur approche commerciale sur tous les marchés, veulent pouvoir travailler avec les mêmes sociétés d'études dans le monde entier, afin de disposer de données homogènes et comparables d'un pays à l'autre. Ipsos doit donc sortir des frontières françaises, afin d'accompagner ses clients à l'international.

#### ***1990 - 1997 : l'expansion en Europe***

La première moitié des années 90 marque une troisième phase dans le développement d'Ipsos, qui acquiert des positions dans l'ensemble des pays européens, d'abord dans les pays d'Europe du Sud, puis en Allemagne et Grande-Bretagne et en Europe centrale.

Ces implantations à l'étranger s'effectuent par croissance externe, le Groupe adoptant des critères clairs pour sélectionner ses cibles :

- les sociétés approchées doivent être ouvertes à une cession de la totalité de leur capital, l'objectif d'Ipsos étant de constituer un véritable groupe intégré ;
- les cibles doivent être des acteurs significatifs sur leurs marchés (parmi les 3 ou 4 premiers intervenants) ;
- le management de ces sociétés doit comprendre le projet Ipsos et y adhérer : les prises de contrôle sont amicales, les dirigeants ayant vocation à rester à la tête des nouvelles filiales ;

- les sociétés doivent avoir une activité en rapport avec au moins un des trois principaux métiers du Groupe (médias, efficacité publicitaire, opinion et recherche sociale).

Ce développement en Europe n'interrompt néanmoins pas le renforcement du Groupe en France, où il prend en 1993 le contrôle du n°1 des études qualitatives, la société Insight (aujourd'hui, Ipsos-Insight Marketing). Le renforcement de l'activité française est le fruit également de sa croissance organique. De surcroît, Ipsos réalise également ses premières implantations en dehors d'Europe, en ouvrant des filiales aux Etats-Unis et en Amérique Latine.

Ce développement rapide, à la fois par acquisitions et par croissance organique, requiert la mobilisation de capitaux importants et le renforcement des fonds propres du Groupe. Ipsos, jusqu'alors détenu aux 2/3 par les deux co-Présidents et pour le 1/3 restant par les cadres, organise en juillet 1992 l'entrée de plusieurs investisseurs financiers, qui seront relayés en septembre 1997 par le Groupe Artémis (François Pinault), via son fonds KURUN, associé au fonds AMSTAR (M. Walter Butler).

Fin 1997, Ipsos est devenu un acteur de dimension européenne, réalisant un chiffre d'affaires de 946 MF. Le Groupe doit néanmoins poursuivre son développement international, face à des clients étendant sans cesse leur couverture géographique et souhaitant avoir des fournisseurs à l'échelle mondiale.

### 1998 - L'ambition mondiale

Fin 1997 et début 1998, Ipsos réalise ses deux premières acquisitions majeures hors d'Europe :

- Ipsos s'allie au réseau sud-américain Novaction, formé par trois sociétés en Argentine, Brésil et Mexique, et détenant de fortes positions dans les études marketing. Ipsos prend 33 % du capital des trois sociétés, avec une option pour acquérir le solde dans les 5 ans. A l'occasion de l'introduction en bourse, le rachat des intérêts minoritaires a été anticipé ; Ipsos détient aujourd'hui 100 % du capital de ces sociétés (à l'exclusion d'intérêts minoritaires représentant 18% des sociétés Metrica).
- Le Groupe acquiert le leader mondial des pré-tests de films publicitaires (*copy testing*), la société américaine ASI (aujourd'hui Ipsos-ASI).

Ces acquisitions améliorent la couverture géographique du Groupe et renforcent sa position dans la mesure de l'efficacité publicitaire (*advertising research*), métier dans lequel Ipsos est désormais parmi les premiers acteurs mondiaux. Cette ambition s'est concrétisée en 1994 par l'entrée d'Ipsos dans le top 10 mondial de la recherche marketing. Il occupe maintenant la 9ème place de ce classement, dans un secteur où la notoriété est un élément primordial pour attirer les grands clients.

### 1999 - L'introduction en bourse

Souhaitant se doter des moyens nécessaires à la poursuite et à l'accélération de sa croissance internationale (notamment par acquisitions) tout en conservant son autonomie, Ipsos a mené à bien son projet de cotation ; la cotation lui permet par ailleurs de renforcer son positionnement auprès de ses grands clients internationaux par rapport à ses concurrents déjà cotés (cf § 3.3.3).

L'introduction d'Ipsos sur le Nouveau Marché de la Bourse de Paris le 1er juillet 1999 s'est faite dans d'excellentes conditions.

Au total, 2.539.533 titres Ipsos (sur les 5.234.680 titres composant le capital post-introduction) étaient mis à la disposition du marché à un prix de 33,5 Euros, dans le cadre d'une Offre à Prix Ferme et d'un Placement Garanti. L'opération a été souscrite 12,6 fois.

Par ailleurs, l'augmentation de capital réservée aux salariés a permis à un tiers d'entre eux, dans 8 pays, de devenir actionnaires de l'entreprise. L'association des salariés à cette nouvelle étape de la vie d'Ipsos témoigne de leur confiance dans le projet du Groupe pour le futur.

Depuis l'introduction, 52,9 % des actions sont détenues par le public, 42,5% par LT Participations - holding détenue par Jean-Marc Lech et Didier Truchot aux côtés des cadres dirigeants - . 1,9% du capital est détenu par Société Générale Capital Développement et 2,7% par les salariés. L'introduction en bourse a été l'occasion de la sortie du capital d'Ipsos du Groupe Artémis (François Pinault), via son fonds KURUN, associé au fonds AMSTAR (M. Walter Butler)

L'année 1999 a été marquée par un certain nombre d'initiatives majeures :

#### **• Ipsos-ASI Next\*TV : Lancement de la nouvelle génération des produits de mesure de l'efficacité publicitaire**

Dans le métier des pré-tests de films publicitaires, Ipsos a lancé en mars 1999 un produit unique, *Ipsos-ASI Next\*TV*, dans tous les pays où il est présent ou représenté, en Europe, en Amérique du Nord et du Sud et, en Asie. *Ipsos-ASI Next\*TV* a reçu un accueil très favorable de la part des clients du Groupe.

#### **• Accord sur la mesure de l'audience d'internet**

Association avec Media Metrix pour la réalisation de la mesure d'audience et des comportements sur Internet : création de MMXI Europe en septembre 1999, JV entre Media Metrix Inc. (US), Ipsos SA (France), GfK AG (Allemagne), et Sifo (Suède) ; au 31 décembre 1999, Ipsos SA détient 22% des titres de la société MMXI Europe BV. Cet accord permet au groupe Ipsos d'accélérer son développement dans un domaine, l'internet, appelé à prendre une importance croissante et où, via sa division Ipsos-ASI Inter@ctive, il dispose déjà d'une expertise unique.

### • Evolution du partenariat dans l'Access Panel

Par ailleurs, Ipsos a racheté à la société américaine NFO Worldwide, son partenaire pour le développement des *access panels* en Europe, ses parts dans leurs quatre filiales communes 50/50 et a recherché avec d'autres sociétés internationales des accords de partenariat.

En outre, l'année 1999 a été une année de consolidation et de structuration des moyens humains, techniques et financiers.

La poursuite du développement à l'international s'est traduite par la mise en place des bases d'une implantation en Asie-Pacifique, avec l'ouverture d'un bureau à Hong Kong et début 1999, l'acquisition de la société australienne Marketing for Change (aujourd'hui Ipsos-MfC).

Fin 1999, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 230,7 M Euro (1 513,6 MF) et a consolidé sa 9ème place mondiale dans le secteur des études.

## 3.1.2 ORGANISATION DU GROUPE

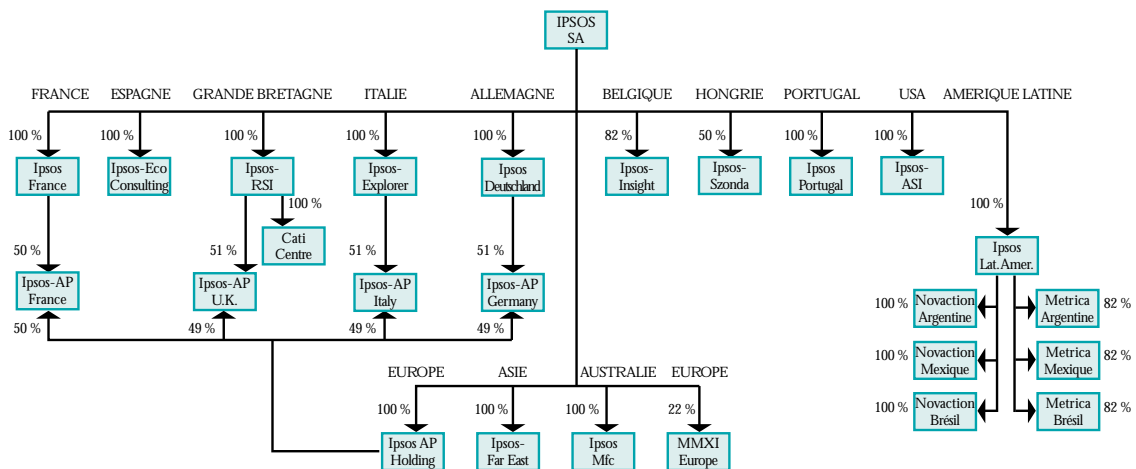
### 3.1.2.1 Organigramme simplifié du Groupe

Ipsos dispose de filiales dans 24 pays. Ces filiales ont une compétence géographique au sein de l'organisation mondiale d'Ipsos.

Comme le Groupe s'est construit notamment par croissance externe depuis le début des années 1990, toutes les filiales ne sont pas présentes dans les cinq domaines de spécialisation du Groupe, alors que certaines ont une expertise marquée dans un domaine particulier :

- Ipsos-Insight Marketing en France est un leader européen du marketing qualitatif,
- Ipsos-ASI aux Etats-Unis est le leader mondial du *copy-testing*,
- Ipsos-RSL en Grande-Bretagne est un leader européen dans les études médias,
- Ipsos Opinion en France est un leader européen dans les différents secteurs de l'opinion publique.

Organigramme simplifié du groupe au 31 décembre 1999 :



### 3.1.2.2 L'organisation opérationnelle

Le marché des études étant très segmenté, Ipsos a choisi de développer son expertise dans cinq secteurs de spécialisation correspondant à des typologies d'études différentes:

- la mesure de l'efficacité publicitaire,
- le marketing,
- les études sur les médias,
- les études d'opinion et la recherche sociale,
- les études qualité et satisfaction de clientèle.

Dans chacun de ces secteurs de spécialisation, Ipsos a commencé à établir des marques mondiales et des organisations internationales intégrées.

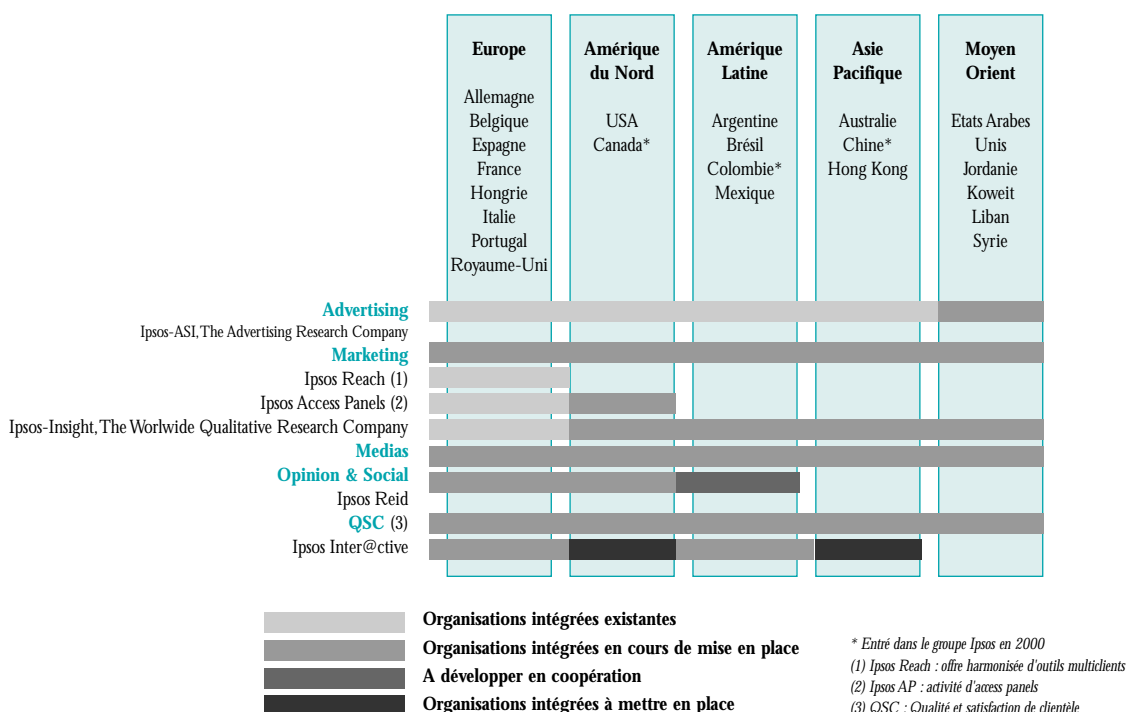
Cette nouvelle organisation en lignes-métiers s'appuie sur ces domaines de compétences particulières et sur des équipes dédiées, supervisées par un responsable issu de la filiale qui disposait historiquement de la meilleure expertise dans cette activité. Ainsi,

- Ipsos-Insight Marketing en France dirige le développement international des études qualitatives,
- Ipsos-ASI aux Etats-Unis est à la tête de l'organisation intégrée mettant en œuvre l'offre mondiale du Groupe en matière de *copy-testing*,
- Ipsos-RSL en Grande-Bretagne est chargé de l'expansion du Groupe dans le domaine des médias, en développant notamment une offre en Asie,
- Ipsos Opinion est responsable du développement international du métier études d'opinion et de recherche sociale, notamment avec le développement de Baromètres à l'échelle de l'Europe,
- Ipsos Access Panels gère cette activité dans toute l'Europe,
- Ipsos CatiCentre met à la disposition des entreprises un moyen efficace de contacter par téléphone des interviewés dans le monde entier, notamment les cibles difficiles à atteindre (par exemple des cadres dirigeants).

Ipsos ne dispose par ailleurs pas à proprement parler d'une spécialisation sectorielle de ses équipes. De facto, une certaine spécialisation s'opère dans certains métiers, comme les études qualitatives. Ipsos réfléchit cependant à la façon d'intégrer un certain degré de spécialisation de ses équipes, en direction de quelques secteurs très ciblés, comme par exemple la pharmacie, l'automobile les services financiers. Il privilégiera d'abord les pays où il dispose déjà d'équipes spécialisées et ceux où il existe une demande importante de ses clients pour des prestations plus internationales.

#### Organisation opérationnelle

Les différentes branches d'activité du Groupe (Etudes marketing, Mesure de l'efficacité publicitaire, Médias, Opinion, Satisfaction de Clientèle) ont permis de réaliser un chiffre d'affaires consolidé du groupe Ipsos pour l'année 1999 de 230,7 millions d'Euros (1.513,6 millions de Francs), soit une progression de 15,8% par rapport à 1998. La croissance organique à taux de change et à périmètre constants s'est élevée à 12,7%. C'est la plus forte croissance organique parmi les grandes sociétés d'études européennes. Cette croissance qui est également supérieure à celle de l'ensemble du marché des études (estimation pour 1999 +10%) traduit le dynamisme des équipes d'Ipsos.



### 3.1.3 CHIFFRES CLÉS DES DEUX DERNIERS EXERCICES

#### 3.1.3.1 Résultats

Les résultats opérationnels ont progressé plus rapidement que le volume d'activité, conformément aux prévisions. Le résultat d'exploitation s'établit à 14,5 millions d'euros (95,2 millions de francs), en hausse de 31% par rapport à l'année 1998.

Ces bonnes performances financières sont le résultat d'une politique d'innovation dans notre offre de produits, et d'harmonisation des méthodes de travail au niveau international dans chacun des cœurs de métier : études publicitaires avec Ipsos-ASI, études marketing représentées notamment par Ipsos Access Panels et Ipsos-Insight, études médias, opinion et recherche sociale, études de satisfaction de clientèle.

La charge d'intérêt diminue de 11% grâce à une augmentation des fonds propres de 27,5 millions d'euros (180,6 millions de francs) réalisée lors de l'introduction en Bourse et à la conversion des obligations convertibles.

Le résultat net global part du groupe s'élève à 3,6 millions d'euros (23,4 millions de francs), en hausse de 244% par rapport à l'année 1998, alors même qu'il intègre les coûts de lancement de l'activité de mesure d'audience du Web proposée par MMXI Europe dont Ipsos détient 22% et dont les résultats sont mis en équivalence.

#### Chiffres-clés sur le compte de résultat

en millions	1999		1998	
	F	€	F	€
Chiffre d'affaires	1 513.6	230.7	1 307.4	199.3
Marge brute	835.6	127	723.5	110.3
Résultat d'exploitation	95.2	14.5	72.8	11.1
Résultat des sociétés intégrées	52.5	8	31.9	4.9
Quote-part dans les sociétés mises en équivalence	-4.4	-0.7	-	-
Résultat net avant amortissement des écarts d'acquisition, Part du Groupe	44.2	6.7	22.3	3.4
Résultat net, Part du Groupe	23.4	3.6	6.8	1.0
Effectifs moyens fin de la période	1 681		1 538	

#### Répartition géographique du chiffre d'affaires

	1999	1998
France	29 %	29 %
Reste de l'Europe	47 %	48 %
Etats-Unis	14 %	13 %
Amérique Latine	9 %	10 %
Asie Pacifique	1 %	-

en millions	1999		1998		Var %
	F	€	F	€	
Europe	1 155	176	1 015	155	13.7%
Etats-Unis	207	32	168	26	23.2%
Amérique Latine	141	21	124	19	13.3%
Asie Pacifique	11	2	-	-	ns
Total groupe Ipsos	1 514	231	1 307	199	15,8%

### Répartition du chiffre d'affaires par activité

Les secteurs du marketing et de la communication publicitaire sont les plus importants, représentant au total 68 % du chiffre d'affaires. L'intégration d'Ipsos-ASI sur l'ensemble de l'année 99 explique le poids plus important des études sur la mesure de l'efficacité publicitaire.

	1999	1998
Marketing	40%	44%
Mesure de l'efficacité publicitaire	28%	25%
Médias	16%	14%
Opinion et recherche sociale	5%	7%
Qualité et Satisfaction de clientèle	9%	8%
Autres	2%	2%

### 3.1.3.2 Situation financière

En ce qui concerne la structure financière, les capitaux propres consolidés y compris intérêts minoritaires se montent à 61 M€ (403 MF) au 31 décembre 1999 contre 36 M€ (238 MF) au 31 décembre 1998. Une augmentation de capital, prime d'émission nette des frais d'introduction incluse, de 23 M€ (150 MF) a été réalisée au 1er juillet 1999, à l'occasion de l'introduction en bourse. Par ailleurs, un emprunt obligataire convertible de 20 MF a été converti le 31 mai 1999 et une augmentation de capital qui avait été réservée aux obligataires pour 10 MF a été souscrite concomitamment. Une partie des fonds levés ont été investis dans les rachats de minoritaires en Amérique Latine et en Allemagne, ainsi que dans le rachat au partenaire NFO de ses parts dans l'activité commune d'access panel.

En conséquence, l'endettement net du groupe se monte à 157 MF au 31 décembre 1999 contre 212,6 MF au 31 décembre 1998. Le ratio d'endettement net s'établit à 39% au 31 décembre 1999 contre 89% au 31 décembre 1998, taux qui était proche des niveaux historiquement atteints par Ipsos. En effet, compte tenu de la structure actionnariale du groupe et de la volonté de gérer l'effet de levier, le développement international d'Ipsos et le financement des acquisitions avaient été réalisés principalement par recours à de la dette bancaire.

L'autofinancement dégagé en 1999 est de 14 M€ (92 MF), en augmentation de 29% par rapport à 1998.

Le Groupe maîtrise le niveau de ses investissements d'équipements corporels et incorporels qui se sont élevés à 42,3 MF en 1999 contre 42,0 MF en 1998.

### Chiffres-clés sur le bilan

en millions	1999		1998	
	F	€	F	€
Fonds propres totaux	403	61	238	36
Valeurs immobilisées nettes	501	76	433	66
Endettement financier *	222	34	262	40
Disponibilités	65	10	50	8
Ratio d'endettement net *	39%		89%	
<b>Total de bilan</b>	<b>1 103</b>	<b>168</b>	<b>924</b>	<b>141</b>

\* L'endettement financier 1998 comprenait un emprunt obligataire convertible pour 20 MF qui a été converti le 31/5/99.

## 3.2 DESCRIPTION DES ACTIVITES D'IPSOS

Le groupe Ipsos exerce son activité exclusivement dans le domaine des études. Son métier consiste à vendre de l'information à ses clients, entreprises ou institutions, sur les comportements, attentes et opinion des individus et des groupes, qu'il s'agisse de consommateurs, de clients ou de citoyens.

Le recueil de cette information repose sur plusieurs principes :

- les études sont basées sur **l'interrogation** des personnes,
- elles s'intéressent à leurs **opinions** et à leurs **comportements** (ce que les gens consomment, ce qu'ils aiment, ce qu'ils pensent, ce dont ils rêvent etc.),
- elles essaient de comprendre **leurs motivations** (pourquoi les consommateurs / citoyens agissent ou pensent de telle ou telle manière).

La recherche Ipsos se démarque donc des études où le recueil des données est automatique (par exemple, l'analyse des données issues des caisses enregistreuses), qui sont de nature essentiellement descriptive et restent incapables à elles seules de renseigner sur les motivations des individus.

Le métier d'Ipsos évolue sous l'influence de plusieurs facteurs :

- les consommateurs sont de plus en plus mobiles et infidèles. Les industriels, les services, mais aussi les médias, etc, ont donc besoin d'une information de plus en plus fréquente, toujours renouvelée, pour suivre l'évolution des attitudes et des habitudes de consommation et/ou d'épargne et adapter l'offre à cette nouvelle donne,
- l'importance de l'information en provenance des consommateurs et des clients s'est imposée à tous les secteurs de l'économie. Autrefois, les études de marché concernaient presque exclusivement les biens de consommation courante. Aujourd'hui tous les secteurs sont régulièrement demandeurs, notamment les services (Banque, Assurances...), sans oublier les nouveaux secteurs (télécoms, haute technologie) qui s'ouvrent aux études marketing avec de nouvelles problématiques et donc de nouvelles perspectives pour les sociétés d'études,
- les producteurs ont une stratégie d'implantation mondiale, qui requiert de disposer de données homogènes sur leurs différents marchés. Il existe donc de leur part une forte pression pour que les sociétés d'étude les accompagnent dans cette globalisation et soient en mesure de leur fournir partout la même qualité d'information.

Les cinq secteurs de spécialisation d'Ipsos :

- le marketing,
  - la mesure de l'efficacité publicitaire,
  - les études sur les médias,
  - les études d'opinion et la recherche sociale,
  - les études qualité et satisfaction du client
- sont détaillés dans les chapitres qui suivent.

### 3.2.1 MARKETING

Les études marketing représentent l'activité la plus importante d'Ipsos en terme de chiffre d'affaires, avec une part de 40 % en 1999

Cette activité se compose de deux grandes familles :

- les études quantitatives, qui sont basées sur la constitution et l'interrogation de grands échantillons et font appel à des techniques statistiques,
- les études qualitatives, utilisant des échantillons beaucoup plus restreints (20 à 30 personnes), mais dont l'observation est beaucoup plus approfondie et plus riche.

En outre, les études qualitatives ou quantitatives peuvent être "ad-hoc", c'est-à-dire conçues de manière totalement sur-mesure, pour répondre à une problématique particulière, ou "normées", c'est-à-dire standardisées. Ipsos a été pionnier dans le développement d'une offre de produits d'études normés. Cependant, la majorité de son activité est composée d'études ad-hoc.

Le Groupe dispose par ailleurs en France d'une filiale dédiée à la création de marques commerciales.

#### 3.2.1.1 Les études quantitatives

Les études quantitatives reposent sur la constitution et le questionnement d'échantillons représentatifs de la population visée, au travers d'entretiens individuels. Ce sont des enquêtes lourdes à mettre en œuvre.

Ipsos apporte à ses clients une expertise et une organisation éprouvée à tous les stades des études :

- définition et mise en place de l'échantillon à interroger,
- rédaction des questions, car de leur pertinence et de leur clarté dépend la qualité des réponses,
- administration des questionnaires, selon la forme la plus adaptée (face à face, par téléphone, par écrit et maintenant par internet), selon des procédures rigoureuses qui garantissent la fiabilité des résultats,
- synthèse et interprétation des résultats : Ipsos guide les clients dans l'analyse des résultats et sur la compréhension de leur signification opérationnelle.

La valeur ajoutée d'Ipsos réside dans son expertise technique et dans la qualité de l'information et des recommandations qu'elle apporte à ses clients. La différenciation d'Ipsos repose également sur les innovations que le Groupe a su apporter dans la manière d'administrer les enquêtes, en mettant au point des instruments permettant d'obtenir des informations plus rapidement et à un moindre coût, comme par exemple :

- les access panels : ils sont constitués d'individus sélectionnés qui acceptent de participer sur un rythme défini à l'avance à des enquêtes, le plus souvent sous forme de questionnaires envoyés directement à leur domicile. Une telle technique permet donc, après un coût de recrutement du panel relativement élevé, de réduire par la suite considérablement les frais de collecte de l'information, puisque celle-ci ne nécessite plus l'intervention d'enquêteur. Ipsos exploite un panel de 115.000 foyers européens, dont 37.000 en France. Il s'agit du plus important access panel européen, entièrement dédié aux études des consommateurs.
- les enquêtes omnibus : ce type de produit consiste à associer plusieurs clients dans une même vague regroupant les questions de chacun, ce qui leur permet de partager les coûts d'administration des enquêtes. Ipsos a le premier proposé son enquête omnibus européenne ("Capibus Europe") réalisée au domicile des interviewés avec le système CAPI (utilisation de l'informatique dans les enquêtes en face à face - Cf. § 3.4.12. "Les différentes méthodes de questionnement et les techniques utilisées"). Capibus Europe est conduite chaque semaine, auprès d'un échantillon toujours renouvelé de 6.000 personnes. Chaque enquête, qui concerne la France, la Grande-Bretagne, l'Allemagne, l'Italie et l'Espagne, peut regrouper jusqu'à 10 clients différents.  
Le Groupe a lancé un produit similaire en Europe centrale (The Eastern European Omnibus) et en offre un en Asie (The Asian Omnibus), en partenariat avec des sociétés d'études locales.
- Les contrats d'études quantitatives sont encore largement conclus sur une base nationale, mais les enquêtes multinationales se développent à rythme élevé. Pour répondre aux besoins spécifiques de ce type d'enquêtes, Ipsos a créé son *International CatiCentre*, basé à Londres. Il s'agit d'un centre multi-langues entièrement dédié aux enquêtes internationales par téléphone, dont la coordination se trouve grandement facilitée par la présence au même endroit des enquêteurs et de leurs chefs d'équipe. Il trouve notamment sa justification quand il s'agit de travailler auprès de publics peu nombreux et faiblement disponibles comme les décideurs d'entreprise.

### **3.2.1.2 Les études qualitatives**

Avec le rachat de la société Insight, le n°1 français des études qualitatives, en 1993, le groupe Ipsos est devenu l'un des tous premiers intervenants du marché européen.

Ce métier de prestation intellectuelle repose sur un fonctionnement en unités relativement autonomes, installées dans chaque pays, assistées d'une structure dont le rôle consiste à améliorer les méthodologies communes, coordonner les actions commerciales et plus généralement, favoriser les synergies.

N°1 en France, la croissance du Groupe est aujourd'hui tirée par l'international. Le souci d'homogénéisation des résultats des études incite en effet les clients français du Groupe à lui demander de diriger également des études sur les consommateurs étrangers. Ipsos dispose donc à Paris d'un département "International", qui met en œuvre des études dans le monde entier, en s'appuyant sur les ressources du Groupe. Par ailleurs la direction d'Ipsos-Insight Marketing conduit le développement de l'offre d'études qualitatives d'Ipsos et a la responsabilité d'un groupe de travail international sur l'homogénéisation des méthodes qualitatives et la coordination technique et commerciale des études (Ipsos-Insight The International Qualitative Research Company).

### **3.2.1.3 La création de marques**

Parallèlement à son activité d'étude marketing, Ipsos a développé une filiale spécialisée dans la création de marques commerciales. Cette activité, présente uniquement en France, consiste à découvrir de nouveaux noms et également à en faire vérifier la disponibilité juridique, à les tester auprès de consommateurs, puis à conseiller les sociétés sur la stratégie à mettre en œuvre pour les promouvoir.

De nombreuses marques jouissant aujourd'hui d'une forte notoriété sont ainsi des créations du Groupe : Eurostar (SNCF), Ola et Loft d'Itinériss (France Télécom), Candia (Yoplait), Cœur de Lion (Compagnie des Fromages), Petit Cœur (Belin), Vizir (Procter & Gamble), So Pretty (Cartier), Tsar (Van Cleef & Arpels), etc. Ces marques appartiennent aux commanditaires.

## **3.2.2 LA MESURE DE L'EFFICACITÉ PUBLICITAIRE**

Avec l'augmentation des budgets publicitaires, les annonceurs ont un besoin croissant d'avoir une connaissance de l'efficacité de leurs instruments de communication, afin d'en évaluer la rentabilité.

Cette activité s'applique à tous les médias : affichage, presse, radio, télévision et maintenant aux sites internet . En forte croissance, elle représente aujourd'hui 28 % du CA consolidé du Groupe.

### **3.2.2.1 les post-tests**

Historiquement, Ipsos a développé des produits d'études permettant d'évaluer l'efficacité des campagnes *a posteriori*, c'est-à-dire après leur diffusion. Ces produits ("Baromètre Affichage", "Suivi Télévision Cinéma" et le "Suivi Impact Presse" ) ont été d'abord développés et commercialisés en France, en Italie, en Espagne et en Amérique Latine. Dans les pays anglo-saxons, en effet, les annonceurs réalisent plutôt des "tracking" récurrents de leurs marques, qui permettent

de suivre de manière régulière l'évolution de leur notoriété, de leur sympathie, etc. et ainsi de mesurer indirectement les effets des campagnes publicitaires.

### **3.2.2.2 les pré-tests**

L'augmentation du coût des campagnes publicitaires rend nécessaire de pouvoir tester leur efficacité préalablement à leur diffusion, afin de ne pas investir en pure perte dans des messages inadaptés. Ces techniques sont majoritairement utilisées pour la publicité télévision : celle-ci représente 40% des dépenses publicitaires dans les grands médias (source : Zenith Media, janvier 1999), et le coût individuel de chaque campagne est tel qu'un échec aurait de graves conséquences financières.

Avec le rachat de la société américaine ASI (aujourd'hui Ipsos-ASI), leader américain des pré-tests de films publicitaires (*copy testing*) début 1998, Ipsos est devenu le n°1 mondial de la spécialité.

Aujourd'hui, les bases de données d'Ipsos-ASI comptent environ 20 000 pré-tests de campagnes publicitaires, qui assurent aux clients des bases importantes de comparaison des résultats d'enquête.

L'intégration d'Ipsos-ASI permet au Groupe d'offrir un service global à ses clients, sachant que les entreprises de culture marketing américaines sont habituées depuis longtemps à l'utilisation de ces techniques.

Cette recherche de globalisation est dictée par un souhait des annonceurs eux-mêmes : ceux-ci lancent de plus en plus de campagnes mondiales et veulent pouvoir les faire tester sur tous les marchés de diffusion, en disposant bien entendu de données homogènes d'un marché à l'autre.

Ipsos a donc mis en œuvre une ligne-métier mondiale sur le *copy testing*, dirigée par les managers de Ipsos-ASI. Dans ce cadre, le Groupe a mis au point un produit unique et standardisé, baptisé "*Ipsos-ASI Next\*TV*". Il a été lancé en 1999 et est proposé dans 14 pays ; sa mise en œuvre est réalisée de façon homogène, tout en tenant compte des spécificités culturelles ou matérielles de chacun d'eux. *Ipsos-ASI Next\*TV*, qui se substitue aux autres produits offerts dans certaines sociétés du Groupe, comme par exemple *Pre\*vision* en France, permet ainsi de répondre à la demande de globalité et d'homogénéité des clients.

*Ipsos-ASI Next\*TV* est basé sur un procédé mis au point depuis plusieurs années aux USA, qui comprend l'utilisation d'une cassette vidéo à usage unique.

Les interviewés reçoivent à leur domicile cette cassette comprenant un programme TV et des insertions publicitaires parmi lesquelles figurent les films à tester. Ils les visionnent ainsi dans des conditions réelles et le test est réalisé après la seule et unique diffusion de la cassette - sans possibilité de renouveler l'opération - , ce qui permet d'obtenir des résultats d'une grande fiabilité et parfaitement homogènes.

Dans les deux années qui viennent Ipsos-ASI a programmé le renouvellement de l'offre d'études publicitaires d'Ipsos à l'échelle mondiale. Celle-ci comprendra

- des *copy-testing* adaptés à d'autres médias,
- des suivis et bilans de campagnes à destination essentiellement des marchés anglo-saxons,
- des post-tests capables de mesurer en temps réel l'effet direct des campagnes utilisant un ou plusieurs médias,
- une adaptation des différentes méthodes au monde d'Internet, via une structure dédiée, Ipsos-ASI Inter@ctive.

### **3.2.2.3 Ipsos-ASI Inter@ctive**

Ipsos-ASI a mis sur pied un département (Ipsos-ASI Inter@ctive) dédié à la mesure de l'impact de la publicité sur Internet, et à l'évaluation des sites web en tant qu'instruments de communication. Ipsos-ASI réalise également des *tracking*, c'est-à-dire un suivi à plus long terme de l'image des annonceurs, en mettant en évidence l'influence de leurs différentes actions de communication sur Internet.

Précurseur de la recherche sur Internet, Ipsos-ASI a procédé à l'évaluation de plus de 350 campagnes de publicité sur Internet au cours des trois dernières années, accumulant ainsi une somme d'expérience unique dans ce secteur, matérialisée par une base de donnée permettant d'apporter une véritable valeur ajoutée à ses analyses.

Ce domaine de recherche est encore très nouveau au sein des sociétés d'études. Ipsos-ASI Inter@ctive a néanmoins réalisé un CA proche de 2 MUSD en 1999. Voir aussi paragraphe 3.5.2

## **3.2.3 LES MÉDIAS**

Le pôle médias est une des activités historiques du Groupe, qui lui a permis de bâtir sa réputation d'innovation. L'activité média du Groupe est une activité européenne, dans la mesure où, dans tous les grands pays, les sociétés du Groupe sont impliquées dans la mesure d'audience des médias. Mais cette activité est particulièrement développée en France et en Grande Bretagne, ce dernier pays dirigeant également le développement des études internationales. Ce département a deux activités principales :

- la mesure de l'audience des médias,
- les études marketing spécialisées.

Le pôle médias représente 16% du chiffre d'affaires consolidé 1999 du Groupe.

### 3.2.3.1 Mesure de l'audience des médias

Ipsos a été un des premiers instituts à mettre en œuvre de telles études, dès sa création en 1975. Son enquête intitulée "Ce que lisent les cadres", à une époque où la presse ciblée sur les cadres était peu développée, a ainsi été une nouveauté importante en France. C'est à cette occasion qu'Ipsos a introduit en France la technique du financement syndiqué des travaux de recherche, c'est-à-dire, la réalisation d'une même étude pour plusieurs donneurs d'ordres, qui en partagent tous les coûts, méthode utilisée pour financer les études de mesure d'audience des médias. La mesure de l'audience concerne tous les médias : presse écrite, radio, télévision, et maintenant, même si les travaux en sont encore au stade expérimental, Internet. Ipsos est en effet une des sociétés d'études les plus avancées dans le monde d'Internet, grâce à des travaux entrepris depuis plusieurs années aux Etats-Unis et à ses liens avec d'importants groupes actifs du secteur.

Ce type d'études est entrepris de façon récurrente dans les pays occidentaux, dans le cadre de contrats à long terme (3 à 5 ans). Contrairement aux études marketing, la mesure d'audience concerne encore des marchés nationaux : Ipsos a ainsi la charge de la mesure de l'audience de la presse écrite, seul (Angleterre, Espagne, Argentine) ou en liaison avec d'autres instituts (France, Allemagne, Italie, Hongrie). En Grande-Bretagne, Ipsos-RSL suit également l'audience des radios et contribue à la mesure de l'audience des chaînes de télévision.

#### Exemples d'études réalisées

- Etudes d'audience de la presse quotidienne (France)
- Etude d'audience de la Presse Magazine (France)
- National Readership Survey (Royaume-Uni)
- The British Business Survey (Royaume-Uni)
- La France des Cadres Actifs (France)
- La France des Hauts Revenus (France)
- La France des Décideurs Financiers (France)
- European Business Readership Survey (Europe via Ipsos-RSL)
- Asian Business Readership Survey (Asie via Ipsos-RSL)
- Japan Business Readership Survey (Japon via Ipsos-RSL)
- Audipress (Italie)
- Die Zeit (Allemagne)
- L'Observatoire de l'Opinion et de l'Information Médicale (France)
- The European Computers Decision Makers (France, Royaume-Uni)
- Radio Joint Audience Research (Grande-Bretagne)
- Broadcasters' Audience Reaction Service (Grande-Bretagne)
- Hungarian Local Radio Research (Hongrie)
- Panel of TV Program acceptance (Espagne)
- Affimétrie (France)
- Estudio General de Medios (Espagne, Argentine)
- National Media Analysis (Liban)

Les évolutions prévisibles du secteur des médias sont les suivantes :

- Ce marché s'internationalise rapidement, à l'image des grands médias dont l'aire de diffusion dépasse maintenant largement les frontières de leur pays d'origine (éditions internationales des magazines, télévision par satellite, etc.). Ipsos a donc lancé des instruments transnationaux, qui répondent à cette globalisation, sous la direction d'Ipsos-RSL, la filiale britannique du Groupe. Ainsi dans le domaine de la Presse, par exemple, Ipsos réalise l' "Asian Business Readership Survey" (ABRS), qui mesure la diffusion de la presse économique dans huit pays asiatiques. Une autre étude proposée à l'origine par Ipsos en France sur les Décideurs Informatiques est étendue aujourd'hui aux autres grands marchés européens (Allemagne et UK) sous l'appellation "The European Computer Decision Makers".
- Une autre évolution de ce marché tient à la multiplication des chaînes de télévision et des stations de radio, qui oblige les méthodes de mesure d'audience à s'adapter. On ne peut pas en effet utiliser les mêmes méthodes pour suivre l'audience des chaînes de télévision lorsque celles-ci sont limitées à cinq ou six, que lorsque leur nombre passe à plusieurs centaines. Cette évolution est positive pour le Groupe, qui est pour l'instant assez peu présent dans le domaine télévisé. Du point de vue des techniques de mesure, la multiplication des chaînes rapproche en effet ce média de la presse ou de la radio, pour lesquels Ipsos jouit d'une expertise reconnue et de fortes positions.
- La mesure de l'Internet et des médias électroniques

Dans le domaine de l'internet, Ipsos a conclu en 1999 un accord de partenariat avec la société américaine Media Metrix, la société d'étude allemande GfK et la société suédoise Sifo, afin de développer une activité de mesure des comportements sur Internet et de l'audience des sites web et d'une façon plus générale des médias électroniques en Europe.

La société américaine Media Metrix, Inc., avec plus de 600 clients, est le pionnier et leader mondial de la mesure d'Internet et des médias électroniques et la référence de l'industrie : elle fournit les données d'audience les plus complètes, les plus fiables et les plus régulières, ainsi que des données sur la mesure du e-commerce, de la publicité et de la technologie. Avec l'acquisition de AdRelevance, précurseur dans la mesure de la publicité sur internet, Media Metrix a développé son offre de produits pour y inclure des données complètes sur la publicité online : où, quand, comment, et combien d'annonceurs font de la publicité sur le web.

Media Metrix fournit aux principales agences de publicité, aux entreprises média, aux annonceurs et marketeurs du e-commerce, aux sociétés de services financiers, une couverture complète de tous les médias électroniques (incluant plus de 21.000 sites web et adresses online). Media Metrix utilise une méthodologie brevetée pour mesurer en temps réel les comportements des internautes - click par click, page par page, minute par minute -. Les données collectées auprès d'un échantillon (dit " panel ") de 50.000 internautes américains sont délivrées aux clients mensuellement, hebdomadairement et quotidiennement.

Une filiale commune, MMXI Europe, a donc été créée pour mettre en œuvre la méthodologie de Media Metrix en Europe. Cette société permet aux annonceurs de disposer de données homogènes relatives à l'ensemble des marchés européens, des Etats-Unis et du Japon. Elle est détenue à 22.0 % par Ipsos (qui la consolide par mise en équivalence dans ses comptes), 50.1% par Media Metrix , 19.9 % par GfK et 8% par Sifo.

Dans un certain nombre de pays européens, Ipsos détient la responsabilité opérationnelle de l'activité. Aujourd'hui en France et au Royaume-Uni, demain en Italie et en Espagne. Quant à GfK et Sifo, ces partenaires ont eux la responsabilité de leur zone d'influence significative, respectivement l'Allemagne et l'Europe de l'Est et la Scandinavie. Aujourd'hui, les données sont collectées auprès d'un panel de 3.000 internautes à leur domicile par pays, en Allemagne, France et Royaume-Uni. La taille des panels devrait être portée au cours de l'année 2000 à 10.000 en Allemagne et en Angleterre, et à 6.000 en France. Le recrutement d'internautes au bureau a commencé, ainsi que l'extension de l'activité en Italie et en Espagne.

Début 2000, un accord de même nature a été conclu avec Média Metrix pour étendre cette expertise en Amérique Latine.

### **3.2.3.2 Marketing des médias**

Outre la mesure de la fréquentation des grands médias (audience, lectorat), Ipsos réalise des études ad hoc pour le marketing rédactionnel ou publicitaire des supports de presse, TV, radio ou affichage. Il s'agit dans le cas du Marketing rédactionnel ou éditorial, de conduire des études permettant de positionner un titre, une émission TV, de concevoir une nouvelle formule éditoriale, en testant les projets auprès des lecteurs et en analysant leurs réactions.

Dans le cas du Marketing publicitaire, il s'agit d'aider un support, une famille de titres, voire un média à mieux définir sa place sur son marché.

## **3.2.4 LES ÉTUDES D'OPINION ET LA RECHERCHE SOCIALE**

Ipsos est une des sociétés d'études de stature internationale à disposer du département de recherche sociale le plus important : les autres groupes sont souvent absents de ce secteur ou y sont beaucoup moins présents.

Le citoyen et le consommateur sont une et même personne, et Ipsos considère qu'on ne peut pas les dissocier. De fait, l'état de confiance du citoyen (ou du salarié) est étroitement corrélé au moral du consommateur, ce qui montre la complémentarité des études marketing et d'opinion.

Ipsos s'est donc développé dans la recherche sociale depuis 1982, d'abord en France au travers de sa filiale Ipsos Opinion puis en Hongrie et en Espagne, où les sociétés rachetées par Ipsos sont leaders dans ce domaine.

Peu présent jusqu'alors dans cette activité en dehors de ces trois marchés - l'activité a représenté 5% du CA consolidé du Groupe en 1999-, Ipsos entend se développer sur ce segment. Deux acquisitions majeures en Amérique du Nord (Angus Reid Group) et au Mexique (Bimsa) vont permettre dès 2000 de développer une offre internationale pour les études d'opinion, notamment sous la marque Ipsos-Reid. Aujourd'hui, Ipsos propose une large gamme d'études internationales : le baromètre des Tendances des Opinions Publiques Européennes (6 pays), ou encore l'image du Web réalisée par Angus Reid dans 34 pays.

### **3.2.4.1 Le secteur public**

Les études, quantitatives comme qualitatives, se développent dans le secteur public, où les gestionnaires veulent mieux cerner les besoins ou les souhaits des administrés, et avoir un retour sur la perception de leur action. Ipsos travaille par exemple sur la problématique de l'Euro, pour des institutions publiques variées (Ministère des Finances, Commission Européenne etc...) ; il travaille également sur la perception de la présence de l'Etat dans les banlieues, le moral des patrons, la sensibilité aux questions d'environnement, etc. Autant de sujets de société sur lesquels pouvoirs publics, administrations, voire certaines entreprises, ont besoin d'un éclairage précis. Certaines de ces études sont en partie publiées, comme par exemple le "Baromètre des tendances des opinions publiques en Europe", qui est financé par un grand nombre d'institutions et d'entreprises, françaises principalement mais aussi européennes.

### **3.2.4.2 Le secteur privé**

La recherche sociale au sein des entreprises connaît un développement marqué. Elle s'intéresse à la fois au salarié et au consommateur.

Le premier besoin concerne les ressources humaines. Ipsos réalise des enquêtes sur le climat social au sein des entreprises, qui permettent aux directions générales de mieux connaître leurs collaborateurs et leurs attentes. Ainsi Ipsos conduit un baromètre auprès des dirigeants du Groupe Danone dans le monde. Par ailleurs, certaines de ces études sont en partie publiées, comme "L'Observatoire du monde du travail", réalisé pour cinq grandes sociétés françaises et dont des extraits font l'objet d'une publication trimestrielle dans le quotidien "Le Monde".

Un autre besoin de connaissance des sociétés du secteur marchand tient à leur image institutionnelle. Les études réalisées par Ipsos se rapprochent alors plus du marketing, dont elles diffèrent cependant dans la mesure où l'étude ne porte pas sur leurs produits ou services, mais sur leur identité en tant qu'institution. Ipsos travaille ainsi avec plusieurs grands groupes français ou internationaux : Aérospatiale, Afflelou, Air France, Cartier, Française des Jeux, La Poste, Shell, Sofinco, Usinor...

Les entreprises ont également besoin d'informations sur les comportements et les attentes des consommateurs sur leur marché ou encore au niveau européen. Ainsi par exemple avec la Sofinco, Ipsos réalise un Baromètre Européen des Consommateurs (dans 8 pays) qui s'intéresse aussi bien à leur appréciation de la situation de l'économie dans les différents pays, à leurs attentes vis à vis de la nouvelle monnaie européenne qu'à leurs intentions d'achat, d'épargne, de voyage, etc.

### **3.2.5 LA SATISFACTION DE CLIENTÈLE**

La fidélisation de la clientèle est un objectif majeur dans les stratégies marketing, les entreprises ayant pris conscience du coût d'acquisition des nouveaux clients. Dans cette logique, avoir une connaissance précise du degré de satisfaction et de loyauté de leur clientèle est devenu un impératif pour de nombreuses sociétés.

Ipsos a mis au point une approche systématique du problème de la qualité et de la satisfaction de la clientèle : le C.E.S.A.R. (Customer Experience and Satisfaction Analysis and Return). Cet instrument d'aide à la décision permet, par le biais de différents modules, de prendre en compte chaque phase du processus de sélection, d'achat et de consommation des services et des produits, en les mettant en rapport avec les étapes correspondantes du processus d'action dans l'entreprise, et d'identifier à chaque fois les éléments clés de la satisfaction client.

Cette expertise est développée principalement au sein du Groupe en France, en Italie, au Royaume Uni et plus récemment en Argentine. Ipsos travaille pour plusieurs grands comptes comme Axa, Bouygues Telecom, Lufthansa, Kodak, Peugeot, Renault, Mercedes Benz et Fiat.

A fin 1999, cette activité représentait 9% du CA consolidé du Groupe.

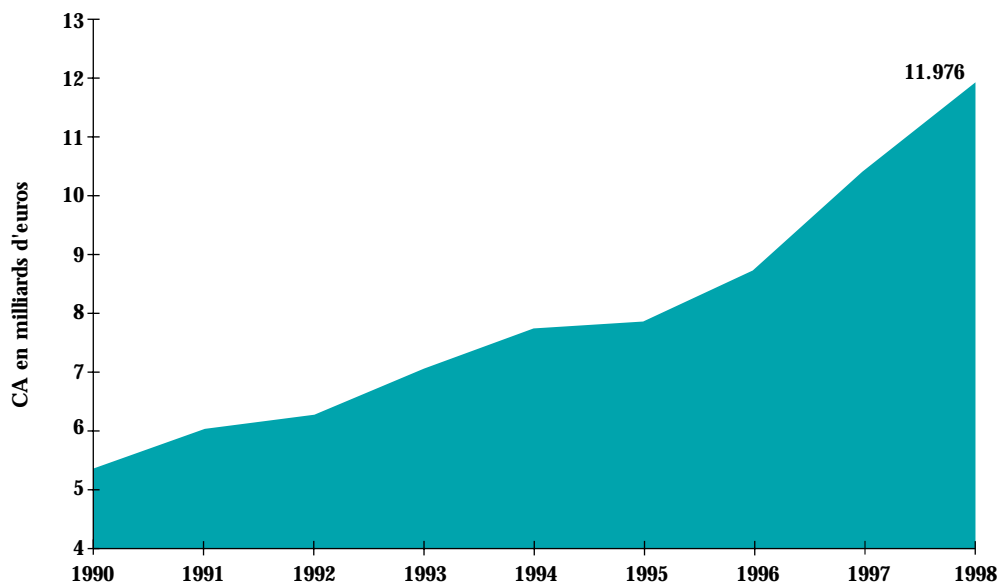
## 3.3 DESCRIPTION DES MARCHES D'IPSOS ET DE LA CONCURRENCE

### 3.3.1 UN MARCHÉ EN CROISSANCE

#### Le marché mondial

Selon ESOMAR, le marché mondial des études de marché et des sondages a atteint 11.976 milliards d'Euros en 1998, en croissance moyenne annuelle de 10 % depuis 1990. En 1999, il devrait être supérieur à 13 milliards d'Euros.

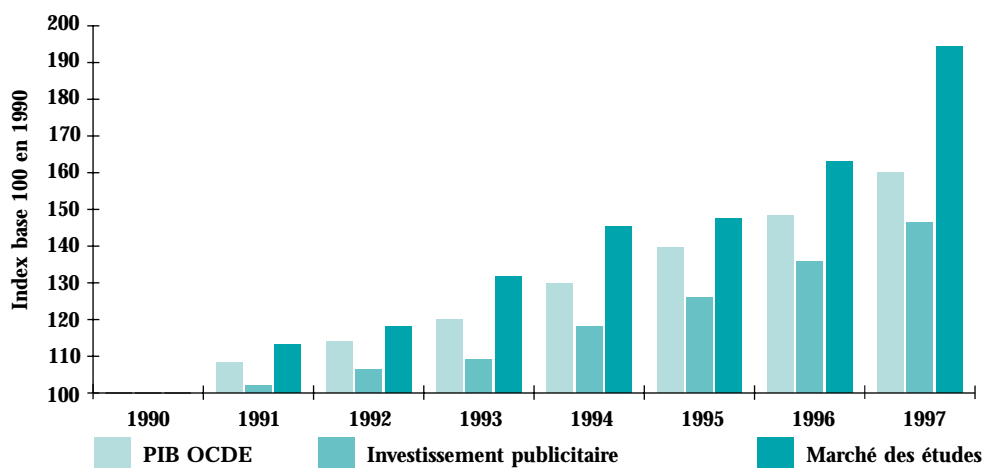
#### CA des études dans le monde en milliards d'euros



Source : Esomar, 1999.

Depuis 1990, la croissance du marché des études a été supérieure à celle des investissements publicitaires et à celle du PIB. Elle se situe, sur la base de taux de change constants, à un peu moins de 10%.

#### Evolution comparée de la croissance mondiale du marché des études, des investissements publicitaires et du PIB

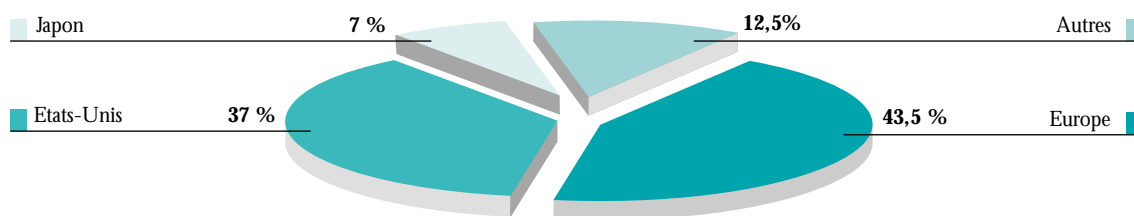


Source : Esomar, 1998; perspectives économiques de l'OCDE, décembre 1998 ; Advertising Expenditure Forecast, Zenith Media, January 1999.

Le marché mondial des études concerne essentiellement les grands pays mûrs économiquement avec un poids prépondérant de l'Europe (43.5%). Les Etats-Unis et le Japon figurent respectivement en deuxième et troisième position (respectivement 37% et 7%). Il faut noter la part croissante des autres marchés (notamment en Amérique Latine, région Asie-Pacifique) qui ensemble pèsent 12.5% au lieu de 9% en 1997.

L'internationalisation de l'économie ne peut que laisser augurer des perspectives de croissance significatives : analyse de marchés nouveaux, internationalisation de la distribution, développement de la concurrence dans les secteurs traditionnels (grande consommation, équipement du foyer) mais aussi dans les nouveaux secteurs souvent dérégulés (télécommunications, services collectifs,...).

## Répartition du marché mondial des études en 1998



Source : Esomar 1999

### Le marché européen

Au sein de l'Europe, 5 pays représentaient en 1998 76 % du chiffre d'affaires global, avec une domination de la Grande Bretagne, de l'Allemagne, et de la France, qui à eux trois représentent 64% du marché.

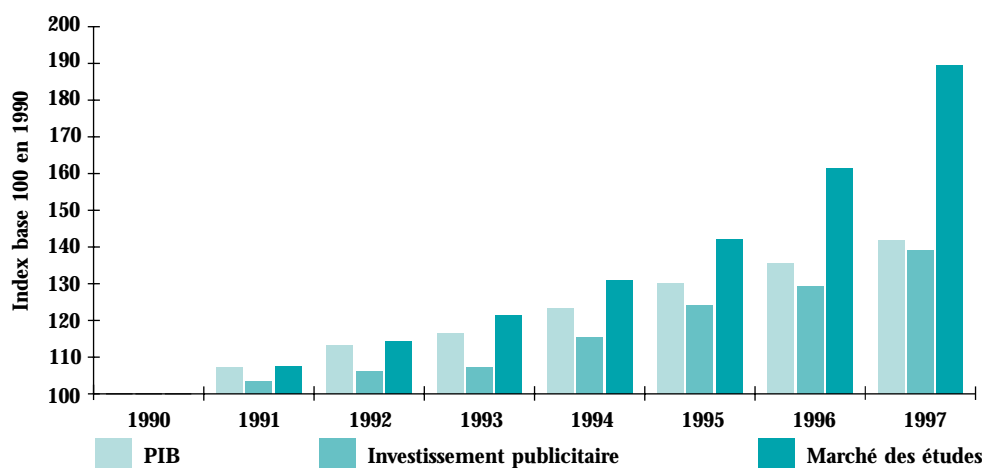
(Données en millions d'Euros)

Pays	Marché 1998	Variation 1998/1997
Grande Bretagne	1.362	8%
Allemagne	1.184	14%
<b>France</b>	<b>809</b>	<b>7%</b>
Italie	370	8%
Espagne	245	2%
Pays-Bas	231	8%
Suède	208	10%

Source : Esomar, 1999

La croissance entre 1990 et 1997 du marché des études a été la même qu'au niveau mondial (9,6% par an) mais à un niveau presque double de celui des investissements publicitaires (4,8% par an) et de celui du PIB de l'Union Européenne (5,1% par an).

### Evolution comparée de la croissance du marché des études, des investissements publicitaires et du PIB en Europe



Source : Esomar, 1998 ; perspectives économiques de l'OCDE, décembre 1998 ; Advertising Expenditure Forecast, Zenith Media, January 1999.

En terme de secteur d'activité, le principal débouché des études marketing se trouve chez les fabricants de biens de grande consommation, qui représentent deux cinquièmes de l'activité. Les trois premiers secteurs clients (grande consommation, médias et services publics) représentent presque deux tiers des débouchés des sociétés d'études. On remarquera que la part des dépenses études pour le secteur Postes et Télécommunications a doublé en 1998.

## Segmentation du marché européen des études par secteur d'activité

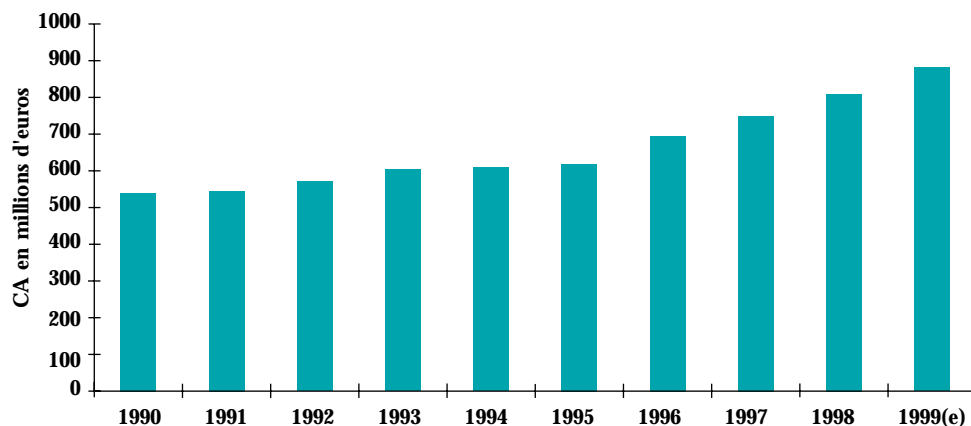
Secteurs	Poids en %
Grande consommation / Biens durables	52
Medias et agences	13
Services publics	7
Instituts d'études	7
Services financiers	5
Distribution	4
Postes et telecom	4
Autres	8
<b>Total</b>	<b>100</b>

Source : Esomar, 1999

### Le marché français

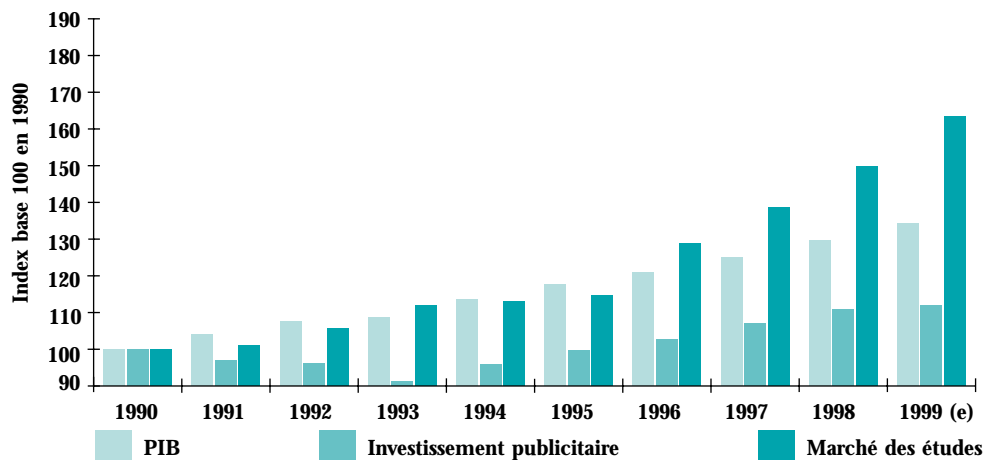
Le chiffre d'affaires en France du marché des études a atteint 809 millions d'euros en 1998 (5.3 milliards de francs), avec un taux de croissance moyenne annualisée de 5,4 % depuis 1990. On constate un regain d'activité depuis 1996, lié à la croissance économique actuelle qui continue d'activer les besoins en information des décideurs. Cette tendance provient également du développement de nouveaux marchés liés à la montée en puissance de l'économie des services, qu'il s'agisse d'activités dérégulées ou de nouveaux secteurs.

### Activité du marché des études en France



Source : Esomar 1999 ; Xerfi 1998

### Evolution comparée de la croissance du marché des études, des investissements publicitaires et du PIB en France



Source : Esomar, 1999 ; perspectives économiques de l'OCDE, décembre 1998 ; Advertising Expenditure Forecast, Zenith Media, January 1999.

A titre d'illustration, la croissance du marché des études a été largement supérieure à celle des investissements publicitaires et du PIB, en France. La divergence entre le rythme moyen de croissance de l'économie française et celui du marché des études traduit à la fois son dynamisme et la part croissante qu'il occupe dans l'économie. Comme dans le reste de l'Europe, les principaux débouchés se trouvent dans les secteurs de la grande consommation et des biens durables, des médias et agences de communication. A signaler, la part importante que représentent les dépenses études dans le secteur de la santé (7.4%) ainsi que celles du secteur automobile (5.8%).

### Segmentation du marché français des études par secteur d'activité

Secteurs	Poids en %
Grande consommation	47,4
Medias et agences	8,5
Pharmacie, santé	7,4
Automobile	5,8
Postes et télécom	4,9
Administrations, Services publics	4,5
Transports, Energie	3,7
Services financiers	3,6
Distribution	2,5
Industrie	1,4
Autres	10,3
<b>Total</b>	<b>100</b>

Source : Syntec 1999

### 3.3.2 UN ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL VIF ET EN PLEINE MUTATION.

#### Le marché mondial

Le marché peut se caractériser par une segmentation de ses intervenants en deux grandes catégories, avec d'une part de grands groupes, souvent anglo-saxons, qui délivrent un service global grâce à une présence multi-pays, et d'autre part, dans chaque pays, un nombre important de petites structures, disposant d'une présence simplement locale mais avec parfois de fortes positions.

Ces dernières structures évoluent plus spécialement dans le domaine des études qualitatives, qui ne nécessitent pas d'infrastructures ou de moyens lourds.

A contrario, les barrières à l'entrée dans le segment des études quantitatives sont plus importantes:

- la constitution de systèmes opérationnels puissants et efficaces et la gestion de leurs évolutions liées notamment à l'usage de nouvelles technologies engendrent d'importantes immobilisations,
- la capacité à fournir un service global (à l'échelle mondiale) et homogène (pouvoir comparer les données entre elles, même si elles proviennent de pays différents) implique la mise en place d'équipes bien localisées dans les principaux marchés et expertes,
- la notoriété, gage de fiabilité et d'expérience de la société d'études, constitue un élément important dans le choix des commanditaires, car les études entrent très souvent dans leurs processus d'arbitrage et de décision interne.

Au niveau global, le marché des études reste dominé par le groupe américain AC Nielsen, désormais indépendant après sa scission du pôle Dun & Bradstreet.

Notons que les vingt premiers groupes mondiaux représentent 53% du chiffre d'affaires mondial. Quinze sont d'origine anglo-saxonne, deux d'origine japonaise, un d'origine allemande, un franco-anglais ; le seul groupe français figurant dans ce classement est Ipsos, qui occupe la neuvième place mondiale.

## Les dix acteurs majeurs du marché mondial des études

Rang	Noms des sociétés		CA M USD (1998)
1	AC Nielsen Corp.	US	1425
2	IMS Health Inc.	US	1084
3	Kantar Group Ltd.	UK	675
4	Taylor Nelson Sofres Plc	UK	549
5	Information Resources Inc.	US	511
6	NFO Worldwide Inc.	US	424
7	Nielsen Media Research	US	402
8	Gfk Group A.G.	D	353
<b>9</b>	<b>Ipsos</b>	<b>F</b>	<b>226</b>
10	Westat Inc.	US	205
11	The Arbitron Company	US	194
12	United Information Group Ltd	UK	182
13	Maritz Marketing research	US	169
14	Video Research	Japan	137
15	The NPD Group Inc.	US	136
16	Market Facts Inc.	US	100
18	Marketing Intelligence Corp.	Japan	80
19	IBOPE Group	Brazil	72
20	J.D. Power and Associates	US	65

Source : Esomar 1999

Le marché est marqué depuis le début des années 90 par la constitution de réseaux mondiaux, à même de fournir un service global aux donneurs d'ordres et la course à la taille critique continue d'être une donnée essentielle du secteur.

A ce titre, le rapprochement entre le groupe français Sofres et le britannique Taylor Nelson, en 1997, a permis de constituer le quatrième pôle mondial de la profession et le premier groupe européen. Il a été suivi fin 1998 par l'acquisition d'Infratest Burke par l'américain NFO, qui a lui-même fait l'objet d'une OPE du Groupe de communication Interpublic en 1999.

Sans surprise, pour les 10 sociétés d'études qui ont connu la plus forte croissance au cours de la période 1992-1998, les acquisitions ont été un moteur de la croissance.

En 1992, pour figurer parmi les sociétés d'études du Top 5 au niveau mondial, il suffisait d'avoir un chiffre d'affaires de l'ordre de 165 millions d'Euros ; en 1998, c'est 450 millions d'Euros qu'il fallait atteindre.

### L'émergence d'une nouvelle demande

Elle s'exprime à deux niveaux :

- le développement d'une demande d'études, dans les marchés émergents en Europe de l'Est, en Amérique Latine et en Asie,
- le renforcement de la demande d'informations en provenance de secteurs nouveaux, peu habitués jusqu'à présent, à mettre leurs clients et les consommateurs au centre de leur stratégie. Les laboratoires pharmaceutiques, les entreprises de télécommunication et de médias et les anciens services publics ou concédés (transport, eau, électricité, service postal) en sont de bons exemples.

### 3.3.3 LES PRINCIPAUX ACTEURS

#### Les acteurs mondiaux

**AC Nielsen** : AC Nielsen est le leader mondial des études de marchés, de la recherche d'information et d'analyse du comportement du consommateur. En 1999, le Groupe a réalisé un CA de 1.525 MUSD contre 1.425 MUSD en 1998.

Secteurs	Poids dans le CA
-études quantitatives (secteur de la distribution)	71%
-études/ panel de consommateur	7%
-enquêtes ad hoc	15%
-mesure audience	7%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Source : ACNielsen, Rapport Annuel 1998

AC Nielsen est présent sur les cinq continents :

Pays	Poids dans le CA 1998
Etats-Unis	27%
Canada / Amérique Latine	13%
Europe	41%
Asie-Pacifique	18%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Source : ACNielsen, Rapport Annuel 1998

**IMS Health** : cette entité est issue de la partition de Cognizant en juillet 1998. Elle est spécialisée dans la réalisation d'études sur le secteur de la pharmacie.

IMS Health a réalisé un CA 1999 de 1.440 MUSD contre 1084 M USD en 1998.

Pays	Poids dans le CA 1998
Etats-Unis	41%
Grande-Bretagne	6%
Reste de l'Europe, Asie-Pacifique	53%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Source : IMS Health, Rapport Annuel 1998

**Kantar Group** : il s'agit de la structure-holding en charge de la gestion des filiales de WPP qui exercent leur activité sur le marché des études et de la gestion de l'information.

En 1999, le pôle "études et gestion de l'information" du Groupe WPP a réalisé un Chiffre d'Affaires de 675 MGBP, au travers notamment de trois grandes filiales spécialisées dans la réalisation d'études quantitatives et qualitatives, la mesure d'audience et d'efficacité publicitaire ainsi que la gestion de données :

- Research International
- Millward Brown
- Kantar Media Research

Millward Brown est le n°1 mondial de la mesure de l'efficacité publicitaire, ses deux principaux marchés étant situés au Royaume-Uni et aux USA.

#### Taylor Nelson Sofres

Issu de la fusion entre le groupe britannique Taylor Nelson et le Français Sofres, TNS est le premier intervenant européen. En 1999, le Groupe a réalisé un CA de 363 M MGBP contre 340 GBP en 1998.

Ces activités sont très largement réparties dans le monde, avec cependant une prédominance en Europe :

Pays	Poids dans le CA
Europe	79%
Etats-Unis	14%
Asie-Pacifique	7%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Source : TNS, 1999

TNS détient de fortes positions dans les études quantitatives et les médias.

**Information Resources** : c'est une société américaine spécialisée dans la collecte d'informations marketing basée sur la technologie du scanner. Elle est directement concurrente de AC Nielsen.

Au cours de l'exercice 1999, Information Resources a réalisé un CA de 546 MUSD contre 511 M USD en 1998.

La Société est surtout présente aux Etats-Unis :

Pays	Poids dans le CA 1998
Etats-Unis	78%
International	22%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Source : IR Inc., Rapport Annuel 1998

**NFO** : fondé en 1946, le groupe NFO est un fournisseur d'information marketing pour les plus grandes entreprises. Il conduit des études sur le comportement du consommateur : évaluation du marché, développement de produits, management de la marque et publicité. Ses clients se trouvent dans le secteur des biens de consommations, de la santé, des services financiers et des voyages. Le groupe est leader sur le marché américain.

NFO a renforcé sa position sur le plan international avec le rachat du groupe allemand Infratest-Burke en novembre 1998. En 1999, le Groupe a réalisé un CA de 457 MUSD contre 424 M USD en 1998.

La répartition géographique de l'activité du Groupe est la suivante :

Régions	Poids dans le CA 1998
Amérique du Nord	44%
Europe	47%
Asie - Moyen Orient	9%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Source : site Web NFO.

**Nielsen Media Research** : il s'agit du nouveau nom de la société américaine Cognizant, rebaptisée ainsi lors la mise en bourse de sa filiale IMS en juillet 1998. Elle a été acquise par le groupe néerlandais VNU à l'automne 1999. La Société est spécialisée dans la réalisation d'études au profit des médias, et notamment de mesures d'audience de la télévision aux États-Unis.

Nielsen Media Research a réalisé un CA 1998 de 402 M USD, essentiellement aux Etats-Unis (97,4% du CA) la Société étant également implantée au Canada (2,6% du CA consolidé 1998).

**GfK** : le Groupe GfK se présente comme un acteur majeur des systèmes d'informations pour les biens durables et de suivi des marchés internationaux. Il propose une approche harmonisée et coordonnée d'études à l'échelle européenne. D'origine allemande, le Groupe est présent dans l'ensemble des pays européens, ainsi que dans huit autres pays hors - Europe (Etats-Unis, Asie...). En 1999, il a réalisé un CA de 750 MDEM contre 621 MDEM en 1998.

#### **Autres concurrents importants**

**Westat** : cette société américaine, partant d'une expertise dans le domaine des études statistiques, a aussi développé un savoir-faire dans les études pour les administrations. Elle dispense des prestations à fort contenu technologique en ce qui concerne la collection et le traitement des données. Le capital de Westat est détenu par ses salariés.

Son champ d'action est uniquement circonscrit au territoire des États-Unis. Le groupe a réalisé 205 M USD de chiffre d'affaires en 1998.

### Le marché européen

Rang	Noms des sociétés	CA M Euros (1998)	
1	AC Nielsen Corp.	US	460
2	IMS Health Inc.	US	387
3	Taylor Nelson Sofres Plc	UK	379
4	Kantar Group	UK	376
5	GfK Group A.G.	D	262
6	NFO Worldwide Inc.	US	178
7	<b>Ipsos</b>	<b>F</b>	<b>151</b>
8	United Information Group Ltd	UK	111
9	Information Resources Inc.	US	98
10	Sample Institut GmbH	D	43

Source : Esomar 1999

### Le marché français

Le marché français est dominé par les filiales locales des grands groupes internationaux : Taylor Nelson Sofres, AC Nielsen, GfK et Kantar, auxquelles il faut ajouter Ipsos.

**Sofres** : ce groupe est le leader en France. Il intervient au travers de trois entités distinctes : Sofres et Louis Harris pour les études par enquêtes (CA 1998 : 594 millions de francs) et Secodip pour les activités de relevé de consommation, de distribution et de publicité (CA 98 : 345 millions de francs).

**AC Nielsen et IMS international** sont également des acteurs importants du marché français des études. Ces deux entités affichaient respectivement un Chiffre d'affaires de 400 MF et 114 MF en 1997.

**Research International** : la principale filiale du Groupe Kantar a réalisé un chiffre d'affaires 1998 de 156 MF en France.

**GfK France** : cette Société appartient à GfK International et délivre ses prestations grâce à l'action de trois filiales : GfK SOFEMA (études ad hoc), GfK Marketing Services (panel de biens de consommations durables) et Marketing Scan, filiale à parité de GfK et de Médiamétrie qui conduit des tests électroniques en zone fermée. Le chiffre d'affaires 1998 de GfK France s'élevait à 145 MF.

L'intervention des filiales des grands groupes spécialisés est complétée en France comme dans chaque territoire national, par celle des filiales d'autres grands groupes actifs dans le secteur des études à la périphérie de leur métier de base, ou quelques sociétés spécialisées indépendantes. Il s'agit par exemple de :

• **des instituts français indépendants** (non encore intégrés dans un réseau mondial) comme **CSA-TMO** (150 MF de CA en 1998), **BVA** (110 MF de CA en 1998) et **IFOP** (132 MF de CA en 1998).

Segmentation du marché français des études par type d'intervenants

	Leaders	Poids moyens
Groupes français	Ipsos	BVA Médiamétrie TMO-CSA IFOP
Groupes étrangers	AC Nielsen Taylor - Nelson - Sofres	GfK France IMS Research International

Source : Xerfi, 1998.

A noter que les instituts français s'internationalisent malgré tout lentement, avec une part du chiffre d'affaires des membres du Syntec Etudes Marketing et Opinion (60% du CA de la profession) réalisé à l'étranger progressant de 8,8% en 1993 à 14 % en 1998 (source Syntec 1999).

### 3.3.4 LE CADRE RÉGLEMENTAIRE DU MARCHÉ DES ÉTUDES

A l'échelle française, comme à au niveau européen, le secteur n'est pas régi par des normes juridiques spécifiques et clairement établies, alors que les enjeux en terme de libertés publiques et de protection de la vie privée sont significatifs (utilisation de bases de données...). Les entreprises groupées en organisation professionnelles ont mis en place un ensemble de normes déontologiques.

A ce titre, il faut mentionner :

#### - sur le plan international :

- *Le Code International de Marketing et des techniques Sociales* du ICC/ESOMAR (*International Chamber of Commerce-European Society for Opinion and Marketing Research*). Ce code met en avant les principes de l'anonymat de la personne interrogée et précise les responsabilités des demandeurs d'études, et des chercheurs. Des règles ont aussi été édictées concernant l'enregistrement des données.

#### -sur le plan français :

- *Le code des pratiques loyales* provenant de l'action conjointe du Syntec Etudes Marketing et Opinion (il s'agit d'un groupement professionnel français qui fédère 44 sociétés représentant environ 60 % du chiffre d'affaires de la profession).
- *Les recommandations du bureau de vérification de la publicité* pour l'exploitation des sondages à des fins publicitaires.

Une réflexion est actuellement menée sur la définition de normes de certification européenne. Dans cet esprit, le Syntec Etudes Marketing et Opinions a déjà mis en place une norme OPQCM qui tend à garantir la qualité des études réalisées.

Le corps de normes françaises suivant s'applique bien sûr aux Sociétés d'études et à leur activité :

- la réglementation relative à la propriété littéraire et artistique en date du 11 mars 1957, qui protègent l'ensemble des travaux d'études,
- la loi Informatique et Liberté du 6 janvier 1978.
- la loi sur la diffusion et la publication des sondages d'opinion en date du 19 juillet 1977.

Il s'agit là des principales dispositions applicables, en particulier en France. D'autres dispositions peuvent exister dans d'autres pays.

## 3.4 DESCRIPTION DE LA CLIENTELE DU GROUPE IPSOS

En tant que multi-spécialiste des études, Ipsos s'adresse à une clientèle très large à la fois d'entreprises ou d'institutions publiques, nationales ou internationales.

### Répartition de la clientèle du groupe Ipsos par secteur d'activité

	1999	Exemples de clients
Produits de grande consommation	42 %	Barilla, Colgate, Danone, Johnson & Johnson, Kraft Jacob' Suchard, L'Oréal, Nestlé, Pillsbury, Procter & Gamble, Unilever, SC Johnson
Média	18 %	Principaux groupes de presse français, britanniques allemands, espagnols et italiens, les principales radios et chaînes de télévision françaises, britanniques, allemandes, espagnoles, les principaux médias argentins et mexicains.
Information, Technologie, Télécommunications	11 %	AOL, Deutsche Telecom, Intel, France Télécom, France Télécom Multimedia Services, Vivendi, Bouygues Telecom
Biens durables	8 %	Compaq, IBM, Bull
Automobile	5 %	Fiat, Ford, Peugeot, Renault, Mercedes Benz
Institutions et services publics	4 %	Présidence de la République Française, Ministère des Finances (France), Ministère du Travail (Espagne), New Labour (UK), Deutsche Post, La Poste, London Transport Authority, RATP, RENFE, SNCF
Services Financiers	3 %	Abbey National, Banque Sofinco, BNP, la CDC, Crédit Agricole, GAN, MAAF, Scottish Widows, Templeton
Pharmacie	2 %	Rhône-Poulenc
Distribution	2 %	Centres Leclerc, Sainsbury, Elf-Total-Fina
Agriculture	1 %	Groupe Novartis, Semences Cargill
Autres	3 %	Française des Jeux

La répartition de ses clients par secteur d'activité reflète globalement les spécificités de son métier : les études marketing ou d'efficacité publicitaire sont principalement commandées par les entreprises s'adressant aux marchés grand public et entreprises ; les études média sont par définition financées majoritairement par les médias eux-mêmes ; les études d'opinion publique et de recherche sociale se sont adressées historiquement davantage aux pouvoirs publics et aux administrations....

Cette correspondance secteur d'activité/ type d'étude, est néanmoins loin d'être systématique, le marché des études évoluant avec la nécessité que connaissent tous les secteurs d'activité de mieux connaître et comprendre leurs publics, qu'ils soient consommateurs, citoyens ou salariés.

C'est ainsi que les entreprises s'intéressent de plus en plus à la recherche sociale, que les banques et les assurances - qui offrent leurs produits pour les particuliers par des moyens de la grande distribution - ou les pouvoirs publics - qui souhaitent avoir le sentiment des citoyens sur telle ou telle mesure- font réaliser des études marketing.

C'est ainsi également que les annonceurs considèrent que les études d'audience des médias dont l'objectif ultime est de leur permettre, à des tarifs convenus dépendant précisément de ces résultats, d'accéder à l'espace des journaux, magazines, radios, télévisions et aujourd'hui des sites Web, ne sauraient être définies et conduites sans leur accord, voire leur participation financière.

Le groupe Ipsos compte chaque année plusieurs milliers de clients répartis dans le monde entier, qui utilisent ses services à la fois pour des études nationales ou internationales.

Sa clientèle est ainsi très atomisée et bien répartie, aucun de ses clients ne représentant plus de 4 % de son chiffre d'affaires.

Les 10 premiers clients internationaux du groupe Ipsos ont généré en 1999 un chiffre d'affaires de 270 MF (soit 17,9 % du chiffre d'affaires).

L'activité du groupe se caractérise par une réelle récurrence, notamment dans le métier des médias et celui de l'opinion publique, de la recherche sociale et de la satisfaction de clientèle, où les mesures d'audience et les baromètres sont suivis pendant plusieurs années et font ainsi l'objet de contrats de longue durée (3 à 4 ans).

Dans ses autres métiers, Ipsos constate également une grande fidélité de ses clients (plus de 90 %), même si leurs relations commerciales ne se traduisent que par des contrats d'une année ou des commandes d'études révélées au fur et à mesure des besoins.

La rémunération des études se fait traditionnellement :

- à la livraison, pour les études ne nécessitant qu'un ou deux mois de travaux,
- avec un paiement fractionné, au fur et à mesure de l'avancement des travaux, pour les études plus longues.

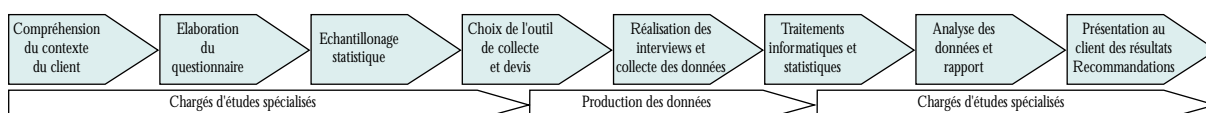
En outre un acompte est systématiquement facturé à la signature du contrat.

## 3.5 LES MOYENS MIS EN OEUVRE DANS LA REALISATION DES ETUDES

### 3.5.1 L'ADMINISTRATION DES QUESTIONNAIRES

Les clients attendent d'Ipsos des informations fiables, vite disponibles, homogènes et justes. Pour répondre à cette demande, Ipsos s'est doté d'outils efficaces de recueil de données et a harmonisé ses méthodes de production tout au long du processus de réalisation d'une étude.

Schématiquement, le processus de réalisation d'une étude est partagé selon les étapes suivantes entre des équipes de chargés d'études spécialisés en contact avec le client et des équipes techniques qui gèrent la production des données d'enquête, de la formation des enquêteurs au contrôle et au traitement informatique des données brutes collectées:



En 1999, le groupe Ipsos a réalisé environ 5 millions d'interviews dans le monde, par l'intermédiaire d'enquêteurs encadrés et entraînés aux méthodes Ipsos et disposant le plus souvent d'outils informatiques, assurant fiabilité et rapidité au recueil des données.

#### 3.5.1.1 Les enquêteurs

L'administration des questionnaires requiert l'emploi d'un personnel nombreux. Celui-ci va des vacataires réalisant les enquêtes face à face ou téléphoniques, aux consultants spécialisés (souvent des psychologues ou des sociologues) animant et interprétant les réunions de groupe.

Aux côtés de son personnel permanent, Ipsos emploie donc une quantité importante d'intérimaires, dont la plupart travaille néanmoins régulièrement avec le Groupe (soit plus de 8 000 vacataires par an environ). Le contact avec les personnes interviewées, l'administration des questionnaires exigent en effet un réel savoir-faire et requièrent l'observation d'une méthodologie très stricte, ce qui oblige le Groupe à accorder une importance toute particulière à cette catégorie de personnel. La qualité des résultats dépend en effet de la conception des questionnaires et de l'interprétation des réponses, mais également beaucoup de la rigueur des interviews.

Les enquêteurs sont employés et formés par l'entité qui réalise localement l'étude. Chaque pays dispose soit d'un département, soit d'une filiale, dédié à la production de l'information et donc à la gestion du personnel enquêteur.

### **3.5.1.2 Les différentes méthodes de questionnement et les techniques utilisées**

Matériellement, il existe quatre grandes façons d'administrer les questionnaires :

- en face à face, les consommateurs étant consultés individuellement, au cours d'un entretien où l'enquêteur peut faire réagir son interlocuteur sur des documents visuels ou audiovisuels,
- par téléphone,
- en groupe, les consommateurs étant réunis dans une salle et consultés collectivement,
- sans enquêteur, ou enquêtes auto-administrées, les personnes interrogées devant répondre par écrit (ou via internet) à un questionnaire envoyé à leur domicile ou sur leur lieu de travail.

Le mode d'administration est choisi en fonction des caractéristiques de l'étude.

#### **L'assistance informatique (CATI, CAPI)**

Les moyens informatiques permettent d'améliorer la qualité des études (fiabilité, rapidité), au meilleur coût. Ipsos a été une des premières sociétés d'études à généraliser d'abord l'utilisation du téléphone, puis dès 1992, l'emploi de l'informatique dans l'administration des questionnaires par téléphone (système CATI et avec automatisation des appels) comme dans les interviews en face à face (système CAPI).

L'utilisation de l'informatique lors de l'administration des questionnaires présente l'avantage d'éviter que les réponses aient à être saisies par la suite sur un ordinateur pour leur traitement : cela améliore la fiabilité des enquêtes en évitant les erreurs de saisie, raccourcit le traitement de l'information en supprimant une opération et diminue ainsi les coûts. C'est ainsi que la méthode CAPI a permis de réduire considérablement les délais de livraison des études quantitatives : en Grande-Bretagne, par exemple, ces délais ont été ramenés de 4 semaines à huit jours.

L'informatique permet également d'améliorer la richesse des questionnaires et la qualité des réponses :

- l'ordinateur fait varier les questions en fonction des réponses précédentes, sans intervention de l'enquêteur qui travaille sans risque d'erreur,
- l'ordinateur vérifie en permanence la cohérence des réponses apportées par les individus interrogés, ce qui permet de leur demander de vérifier leur déclarations si deux réponses venaient à être contradictoires,
- l'utilisation de CAPI Multimédia permet de tester des produits, des packagings, des messages publicitaires en plaçant les interviewés en situation réelle d'exposition à un message audiovisuel.

#### **Les enquêtes téléphoniques assistées par ordinateur (CATI : Computer Assisted Telephone Interviews)**

Indépendamment des moyens dont est dotée localement chaque société du Groupe, Ipsos dispose d'un centre d'enquêtes téléphoniques, *The International CatiCentre*, basé en Grande-Bretagne, à Harrow et entièrement dédié aux études internationales. Des chefs d'équipe spécialement formés aux études internationales encadrent des enquêteurs "multilingues" et garantissent la bonne coordination et la bonne administration des questionnaires, sans risque de biais dus à une réalisation "éclatée" de ce type d'études dans plusieurs pays.

Le choix de la banlieue de Londres pour l'implantation de son centre international, tient aux coûts téléphoniques, longtemps inférieurs en Grande-Bretagne au reste de l'Europe (ce pays ayant été un des premiers à avoir ouvert le secteur des télécommunications à la concurrence), et à la proximité des facultés londoniennes, qui accueillent de nombreux étudiants étrangers. Ipsos est ainsi capable de réaliser des enquêtes téléphoniques à l'échelle mondiale, avec un délai de préparation très court.

En 1999, *The International CatiCentre* a réalisé plus de 110.000 interviews, dans 55 pays, et dans 18 langues différentes.

#### **Les enquêtes en face à face assistées par ordinateur (CAPI : Computer Assisted Personal Interviews)**

L'utilisation de l'informatique dans les enquêtes en face à face a été un facteur d'amélioration en termes de fiabilité et de rapidité. L'avènement du multimédia permet maintenant d'enrichir considérablement certaines enquêtes, en autorisant la diffusion de l'image et du son par l'ordinateur au cours des interviews.

Ipsos-ASI a ainsi mis au point une nouvelle version de son post-test de films publicitaire STC (Suivi Télévision Cinéma), baptisé STC Multimédia, qui prévoit la projection du film pendant l'entretien. Auparavant, le film était décrit dans ses grandes lignes à la personne interrogée. Cette nouvelle fonctionnalité permet d'obtenir un taux de reconnaissance beaucoup plus élevé, avec beaucoup plus de sûreté. Par ailleurs, le questionnaire peut être plus complet et porter sur des points plus précis, améliorant ainsi le diagnostic sur la qualité du film testé.

La technologie CAPI est utilisée de façon homogène par le Groupe en France, Allemagne, Grande-Bretagne, Espagne et Italie. 2000 enquêteurs européens d'Ipsos sont équipés d'ordinateurs portables à cette fin.

En revanche, cette technologie n'est pas utilisée aux Etats-Unis en raison de l'étroitesse du marché américain des enquêtes en face à face. Outre Atlantique, le recueil des données s'effectue en général par téléphone ou par courrier et, de plus en plus, via des systèmes " on-line ".

### 3.5.1.3 Certification ISO 9000

Gage de qualité et de procédures et méthodes homogènes vis à vis de grands clients exigeants, la certification ISO 9000 dans l'ensemble des sociétés d'études d'Ipsos en France a été obtenu début 2000, sachant que la société Ipsos Interviews qui centralise l'administration et le traitement des questionnaires a obtenu le label NF ISO 9002 le 30 juin 1998. Dans les autres filiales du groupe, ces démarches de qualité sont également en cours ou ont déjà abouti : Ipsos-RSL (UK) et Ipsos-Explorer (Italie) sont déjà certifiées.

## 3.5.2 L'UTILISATION DES NOUVELLES TECHNOLOGIES

L'utilisation de l'informatique a été un important facteur d'amélioration des études, en termes de rapidité, de qualité et de coût. Ipsos continue ainsi à investir dans la mise au point de nouvelles technologies, afin d'accroître son avance. Ipsos conçoit la technologie comme un moyen d'améliorer la qualité de son travail et de réaliser ses études au meilleur coût pour ses clients. Une partie essentielle de la valeur ajoutée d'Ipsos réside dans son expertise du questionnement et de l'analyse du consommateur-citoyen, c'est-à-dire dans sa capacité de poser les bonnes questions en s'adressant au bon échantillon, et dans la qualité de son interprétation des données recueillies. Il ne s'agit pas pour Ipsos de vendre ses moyens technologiques, mais un résultat final de haute qualité.

### 3.5.2.1 Internet

Dans le domaine des études, Ipsos considère qu'Internet doit amener un certain nombre de bouleversements et d'opportunités,

- en tant que nouveau média à analyser,
- en tant que moyen de communication particulièrement adapté à l'administration de questionnaires.

Ipsos est l'une des sociétés d'études les plus en pointe dans ce domaine. Sa filiale américaine, Ipsos-ASI a acquis une expérience au travers des travaux réalisés à la tête d'un groupe de travail réunissant dix entreprises qui ont accepté de mettre leurs budgets en commun pour analyser le plus vite possible leur capacité à utiliser le Web (dont Procter & Gamble, British Airways, General Motors, IBM,...). Ces travaux ont permis au Groupe de mettre au point des instruments d'analyse propre à Internet, par exemple une méthodologie d'administration des questionnaires adaptée à cette nouvelle interface.

De son côté, Ipsos France a procédé à l'acquisition au début de l'an 2000 de la société Médiangles, dont les 2/3 de l'activité sont consacrés à l'étude des sites Internet.

#### Un nouveau média à analyser

- *L'efficacité de la publicité sur internet (voir aussi paragraphe 3.2.2.3)*

Ipsos-ASI a mis sur pied un département (l'*Interactive Group*) dédié à la mesure de l'impact de la publicité sur Internet. Ipsos considère que l'avènement de nouvelles technologies va rendre l'utilisation d'Internet plus simple et plus facile qu'elle ne l'est aujourd'hui, de telle façon que son usage va peu à peu se généraliser. On peut même penser que l'interactivité d'Internet va s'étendre à la télévision, conduisant à une convergence des deux univers, aujourd'hui bien distincts. Ipsos considère que la publicité sur Internet devrait ainsi connaître une croissance exponentielle au cours des prochaines années.

Ce domaine de recherche se développe rapidement au sein des sociétés d'études. Le Groupe disposera dès cette année de bases de données rassemblant les résultats de l'impact des publicités on-line diffusées en Amérique du Nord et en Europe.

- *La mesure de l'audience de l'internet (voir aussi paragraphe 3.9.2)*

Dans le domaine de l'internet, Ipsos a conclu en 1999 un accord avec la société américaine Media Metrix et la société allemande GfK pour développer en Europe une activité de mesure de l'audience des sites web, au travers d'une filiale commune, MMXI Europe. Un second accord a été conclu avec Media Metrix début 2000 pour étendre cette expertise en Amérique Latine.

#### Un nouveau mode d'administration des questionnaires

L'administration des questionnaires requiert actuellement l'emploi d'une main d'œuvre nombreuse. Le poids de la masse salariale est élevé, à un moment où les législations européennes du travail tendent à alourdir le coût du travail à durée déterminée, qui concerne l'essentiel des enquêteurs. Le développement de modes d'administration des questionnaires ne requérant pas l'utilisation d'enquêteurs est donc une des voies explorées pour augmenter la productivité et diminuer les coûts.

L'utilisation des access panels répond à cette préoccupation, les interviewés répondant soit par voie de questionnaires postaux, soit directement par téléphone. L'utilisation d'Internet permettrait d'aller beaucoup plus loin, dans et en dehors du cadre des access panels.

Ipsos considère que Internet ne devrait certainement pas se substituer à toutes les autres formes d'administration des questionnaires, comme le téléphone n'a pas fait disparaître les entretiens en face à face. Mais le faible coût d'Internet comme moyen de communication et son interactivité en font un média adapté à beaucoup d'enquêtes, y compris celles diligentées en direct par les entreprises depuis leur propre site. Ipsos considère que ceci n'est en rien un danger pour les sociétés d'études dans la mesure où leurs clients auront toujours besoin de leur expertise pour bâtir leurs questionnaires, constituer leurs échantillons et analyser correctement les informations recueillies. Au contraire, la

multiplication des bases de données et donc de l'information potentiellement disponible crée une opportunité nouvelle. Elle ouvre à Ipsos et ses confrères la possibilité de se dégager, au moins en partie, de certaines tâches opérationnelles pour accroître dans leurs chiffres d'affaires, la part des services à forte valeur ajoutée.

## 3.6 LES INVESTISSEMENTS EN MATERIEL ET LES FOURNISSEURS

### 3.6.1 L'ÉVOLUTION DES SYSTÈMES D'INFORMATION

L'ensemble des actions liées aux développements technologiques est coordonné par une Direction Groupe des Systèmes et Technologies, qui a une double fonction, harmoniser les méthodes, les matériels et les outils et être en veille technologique, élaborer les schémas directeurs des évolutions technologiques.

#### ***3.6.1.1 Le projet " ISIS "***

Le projet " ISIS " - Ipsos Secured Information System - est un nouveau système d'information, qui va permettre de gérer Ipsos de façon moderne, projective, en anticipant mieux les évolutions de la demande des clients et de celle du marché des études.

Ce projet, qui a démarré à l'été 1998, va se dérouler sur une période de trois ans. L'installation dans les cinq pays dont les logiciels de gestion n'étaient pas compatibles An 2000 est intervenue au 1er janvier 2000. Les autres pays seront connectés dans le courant de l'année 2000 et de l'année 2001.

Le choix naturel d'un ERP (" Enterprise Resource Planning " : logiciel global de gestion, financière, de production, etc.) s'est porté vers le logiciel One World de la société américaine JD Edwards, solution intégrée d'une conception de base hautement flexible.

Le coût global du projet est estimé à près de 20 millions de francs investis sur deux ans. Le projet est amorti dans les comptes sur une durée de cinq ans.

Ce nouveau système d'information et de gestion intégrée est la colonne vertébrale d'une organisation internationale par métier et d'un système de gestion de grands comptes clients, bâti sur des règles parfaitement harmonisées dans toutes les sociétés du Groupe, permettant de délivrer rapidement des informations utiles à tous, du chargé d'études jusqu'aux co-présidents.

#### ***3.6.1.2 L'An 2000***

Le groupe Ipsos a pris en charge de façon centralisée la coordination et la direction de l'ensemble des travaux nécessaires au passage à l'an 2000. Ces travaux ont porté sur un spectre large couvrant à la fois les aspects matériels, logiciels et d'environnement. Aucun investissement exceptionnel (en dehors du projet ISIS) n'a été réalisé dans ce contexte et le passage à l'an 2000 n'a pas posé de problèmes.

#### ***3.6.1.3 L'Euro***

Le passage à l'Euro est étudié dans le cadre du projet ISIS (voir 3.5.3.1).

Depuis le 1er janvier 1999, Ipsos a choisi de pouvoir traiter en Euros avec les clients et les fournisseurs qui le demandent, même si le groupe souhaite dans la mesure du possible conserver pour le moment les devises nationales dans les transactions commerciales. Pour ce faire, il a été choisi de traiter l'Euro comme une devise supplémentaire.

Le groupe envisage de privilégier l'Euro comme monnaie de transaction à partir du deuxième semestre de l'année 2001 au plus tôt car l'Euro serait alors introduit comme unité de compte du groupe ; la tenue de la comptabilité générale et analytique des pays de l'U.E.M. devrait basculer en Euro en parallèle.

Au plus tard, le basculement interviendra au 1er janvier 2002.

### 3.6.2 LES LOCAUX

Ipsos a regroupé l'ensemble de ses moyens français à Paris XVème.

Le Groupe est locataire des locaux qu'il utilise dans tous les pays où il est présent. Les propriétaires des locaux sont des tiers n'ayant aucun lien avec le Groupe.

### 3.6.3 LES INVESTISSEMENTS EN MATÉRIEL

Les investissements en immobilisations corporelles et incorporelles se sont élevés à un peu plus de 40 MFRF en 1998 et en 1999 :

#### INVESTISSEMENTS EN IMMOBILISATIONS CORPORELLES ET INCORPORELLES

(en MFRF)	1998	1999
Immobilisations corporelles	23.2	25.9
Immobilisations incorporelles	16.3	17.3
Frais de recherche et développement	2.5	0.2
<b>Total</b>	<b>42.0</b>	<b>43.4</b>

Les immobilisations corporelles correspondent principalement à des acquisitions de matériel informatique et à des agencements.

En ce qui concerne le matériel informatique, le Groupe compte aujourd'hui 2 000 stations CAPI, dont 50% sont multi-média et 1 100 stations CATI, sans compter les équipements informatiques fixes ou mobiles utilisés par les salariés permanents du Groupe.

Les immobilisations incorporelles correspondent essentiellement à des acquisitions de logiciels. En effet, les méthodes de questionnement et les technologies propres au métier du groupe Ipsos reposent sur l'utilisation de logiciels et de matériels standard organisés de façon appropriée aux besoins d'Ipsos. C'est ainsi que le centre téléphonique de Londres est équipé de 66 stations de travail utilisant la technologie SPSS QTS (Quantime Telephony System) et des logiciels CATI.

Le groupe Ipsos développe également une activité de production de logiciels, qui sont utilisés par ses chargés d'études et, pour certains d'entre eux, commercialisés auprès de ses clients. Ipsos considère que ces logiciels confèrent une forte valeur ajoutée à ses études, en permettant notamment aux clients du Groupe d'intégrer les données produites par Ipsos dans leur propre système de gestion.

On peut citer l'exemple des logiciels de media-planning (tels Popcorn ou Poppy) conçus et commercialisés par IMS, la filiale du groupe dédiée à ces activités.

Parmi les logiciels de traitement de données, on citera Cosi, pour le traitement statistique des informations.

#### REPARTITION MOYENNE DES INVESTISSEMENTS PAR DESTINATION

Collecte des données	26%
Traitements informatiques des données	17%
Sociétés de production	9%
Reprographie	4%
Communication	17%
Administration et Finance	13%
Autres investissements	13%
	<b>100%</b>

#### 3.6.4 LES FOURNISSEURS

Les fournisseurs d'Ipsos sont très atomisés.

Les principaux fournisseurs sont les opérateurs de téléphone dans chaque pays, le consortium Global One pour l'intranet qui est en cours de mise place, le fabricant Dell pour les PC et les serveurs, et la société SPSS pour les logiciels de traitement informatique et des stations CATI.

Dans certains pays où le Groupe est présent (en Amérique Latine notamment), la collecte des données sur le terrain est sous-traitée à des sociétés spécialisées. Pour la réalisation des études internationales ayant des volets dans des pays où Ipsos n'est pas présent, la sous-traitance est également utilisée auprès de sociétés d'études locales.

La répartition moyenne des coûts d'exploitation du groupe par nature, hors coûts des enquêteurs et masse salariale des sociétés d'études, est la suivante :

#### REPARTITION MOYENNE EN 1999 DES FRAIS GENERAUX PAR NATURE

Locaux	24%
Honoraires	19%
Coûts informatiques	17%
Voyages et déplacements	9%
Communication	8%
Publicité	6%
Fournitures	3%
Reprographie	3%
Courrier	1%
Autres charges d'exploitation	10%
	<b>100%</b>

## 3.7 DESCRIPTION DU MANAGEMENT ET DES RESSOURCES HUMAINES

### 3.7.1 LE MANAGEMENT

#### 3.7.1.1 Deux co-Présidents

Ipsos est la seule société d'études de sa taille à être encore contrôlée par ses deux fondateurs, qui dirigent ensemble le Groupe depuis 1982.

Animés par une même vision stratégique, MM. Truchot et Lech ont su apporter des élans complémentaires au Groupe : économiste de formation, Didier Truchot a ainsi initié la politique de standardisation des produits et le développement dans les domaines du marketing, de la mesure de l'efficacité publicitaire et des médias. Jean-Marc LECH, diplômé en philosophie, sociologie et sciences politiques, a notamment mis en œuvre le développement du Groupe dans le domaine de la recherche sociale.

#### Le Comité Exécutif

Les co-Présidents sont assistés d'un Comité Exécutif, qui réunit les principaux dirigeants du Groupe. Le Comité définit les orientations stratégiques et suit l'avancement des projets. Il se réunit au moins une fois tous les deux mois. Ce Comité Exécutif qui comprenait sept membres en 1999, a été élargi début 2000. Il est aujourd'hui composé de neuf membres permanents :

- Didier Truchot, Co-Président, fondateur du Groupe en 1975,
- Jean-Marc Lech, Co-Président depuis son entrée dans le Groupe en 1982,
- Pierre Giacometti, Directeur Général d'Ipsos Opinion, la filiale d'Ipsos France, dédiée aux études d'opinion. Il est également Directeur International, en charge du développement de cette spécialité au sein du Groupe.
- Carlos Harding, Directeur Général, est en charge du développement du Groupe. Il est un spécialiste des études marketing et publicitaires.
- Michael Hoppe, Président d'Ipsos Deutschland. M. Hoppe est le fondateur de la société d'études marketing WBA, qui a fusionné avec GFM-GETAS pour donner naissance à l'actuelle Ipsos Deutschland. Il suit la politique du groupe dans le domaine de l'Internet.
- Gustavo Lohfeldt, Directeur Général d'Ipsos-Novaction en Argentine. C'est un spécialiste des études marketing. Il est responsable du développement des activités du groupe en Amérique Latine.
- Dawn Mitchell, Présidente de la filiale britannique du Groupe, Ipsos-RSL. Mme Mitchell est une spécialiste des médias. Elle supervise les activités d'Ipsos en Asie.
- Angus Reid, Président et fondateur du groupe Angus Reid. C'est un spécialiste des études d'opinion dont il assure le développement avec Pierre Giacometti. Il est également partie prenante du développement du Groupe en Amérique du Nord.
- Laurence Stoclet, Directeur Financier du Groupe.

Le Comité exécutif comprend également sept membres suppléants :

- Giorgio Caporusso, Directeur Général d'Ipsos-Explorer, la société italienne du Groupe. C'est un spécialiste des études Marketing.
- Jorge Clemente, Directeur Général d'Ipsos-Eco Consulting, la société espagnole du Groupe. C'est un spécialiste des études d'opinion et notamment des sondages électoraux.
- Roger Gane, Directeur Général de la société britannique du Groupe, Ipsos-RSL. C'est un spécialiste des études médias.
- François Lapeyronie est le Directeur Financier de la société Ipsos-ASI The Advertising Research Company qui développe l'expertise études publicitaires au sein du Groupe et d'Ipsos North America qui regroupe l'ensemble de nos activités aux USA et au Canada.
- Tom Neri, dirige les activités américaines de la société Angus Reid. Il est basé à New-York. C'est un spécialiste des études Marketing.
- Karl Rosenberg, Region Manager (Asie-Pacifique) d'Ipsos-ASI. Il dirige également la société Ipsos-Far East basée à Hong-Kong. C'est un spécialiste des études publicitaires.
- Gilles Santini est Directeur Systèmes et Technologie du groupe Ipsos. Il a créé la société IMS – aujourd'hui intégrée à la société Ipsos-France – qui conçoit et commercialise des systèmes d'aide à la mise à disposition des données.

### 3.7.2 LES RESSOURCES HUMAINES ET L'ENVIRONNEMENT SOCIAL

Au 31 décembre 1999, le groupe Ipsos employait près de 1680 collaborateurs dans 20 pays, 80 % étant basés en Europe (France, Belgique, Italie, Allemagne, Hongrie, Grande-Bretagne, Espagne et Portugal), 12 % aux Etats-Unis, 7 % en Amérique Latine (Mexique, Brésil et Argentine) et moins de 1% dans la zone Asie Pacifique.

Le rythme de développement d'Ipsos l'a conduit à pratiquer une politique de recrutement active dans deux directions :  
- la recherche de cadres expérimentés et à fort potentiels spécialistes de secteurs d'activité prioritaires ou présentant des compétences particulières (relations avec clients internationaux, finance, technologies,...)  
- l'intégration de cadres plus juniors qui suivent un parcours de formation technique avant d'être affectés dans les différents départements.

En 2000, à périmètre constant, une centaine de nouveaux collaborateurs devraient rejoindre le Groupe. Le turnover annuel est compris entre 10 et 20% selon les pays. C'est aux Etats-Unis qu'il est le plus élevé. La population salariée d'Ipsos est en moyenne jeune, assez féminisée et présente une stabilité importante liée à l'attractivité de la société.

#### REPARTITION DES EFFECTIFS PERMANENTS PAR FONCTION

Fonction	1999
Chargés d'études	52%
Production / Traitement informatique / Supervision du terrain	32%
Administration et Management	16%
	<b>100%</b>

Les organes sociaux de représentation fonctionnent à l'intérieur de chaque société ou groupe de sociétés dans un pays. Il n'existe pas actuellement d'organes de représentation au niveau du Groupe.

Les collaborateurs d'Ipsos bénéficient d'un système de primes annuelles variables reposant principalement sur une rentabilité par zones et un accroissement des parts de marché. Ce système est actuellement en cours de refonte avec l'aide d'un cabinet international afin de l'adapter à la mondialisation d'Ipsos.

En 1998, un plan d'options de souscription d'actions a été proposé au personnel dirigeant du Groupe et en Europe en deux tranches annuelles (1998 et 1999). Ce plan concerne environ 80 cadres dirigeants. Ipsos envisage dès 2000 de mettre en place un plan d'options d'actions plus large permettant de solidariser l'ensemble des collaborateurs du Groupe travaillant sur les différents continents. L'association au capital des collaborateurs est un principe fort de gestion des ressources humaines.

Hormis les effectifs permanents, près de 8.000 vacataires travaillent pour Ipsos. Dans certains pays, ils peuvent être considérés par les législations locales comme des salariés avec contrat à durée déterminée.

L'essentiel de ces vacataires travaille moins de six mois par an pour le Groupe.

### 3.8 FACTEURS DE RISQUES

#### 3.8.1 SENSIBILITÉ AUX ÉVOLUTIONS MACRO-ÉCONOMIQUES

Les différents marchés sur lesquels Ipsos est positionné sont intrinsèquement sensibles à l'évolution de la conjoncture économique, avec un effet de décalage dans le temps. Les sociétés d'études européennes ont affiché des périodes de ralentissement de leur rythme de croissance au cours de la décennie et, en particulier en 1992 et de 1994 à 1996. Leur clientèle traditionnelle des entreprises de la grande consommation ont répercuté les effets de la conjoncture sur leurs budgets de dépenses publicitaires média, hors média mais également dans une moindre mesure sur leurs budgets d'études. A partir de 1997, l'incertitude prévalant sur le redémarrage de l'économie a activé les besoins en information des décideurs et a participé à la croissance de la demande d'études de marché.

Ipsos considère que la dispersion géographique de ses activités et son positionnement de multi-spécialiste lui confèrent une bonne capacité de résistance en cas de dégradation localisée de la conjoncture économique.

#### 3.8.2 SAISONNALITÉ DE L'ACTIVITÉ ET DES RÉSULTATS

Traditionnellement, l'activité des sociétés d'études est la plus soutenue au cours du dernier trimestre. En conséquence, les comptes semestriels au 30 juin 1999 représentaient moins de 50% du chiffre d'affaires et du résultat d'exploitation annuels. A titre d'exemple, le chiffre d'affaires et le résultat d'exploitation au 30 juin 1999 se sont élevés respectivement à 98.9 et 5.0 millions d'euros contre des niveaux annuels de 230.7 et 14.5 millions d'euros. En 1998, le chiffre d'affaires et le résultat d'exploitation semestriels étaient respectivement de 88.7 et 3.8 millions d'euros contre des niveaux annuels de 199.3 et 11.1 millions d'euros.

#### 3.8.3 RISQUE DE PERTE DE CHIFFRE D'AFFAIRES LIÉ AU DÉPART DE MANAGERS CLÉS

Comme toutes les activités de service aux entreprises, les relations commerciales d'Ipsos avec ses clients reposent fortement sur la qualité des relations entre ses managers et leurs interlocuteurs chez ses clients. Le départ d'un manager ou d'un directeur de clientèle important d'Ipsos pourrait par conséquent conduire à la perte pour Ipsos de certains clients en portefeuille.

Ipsos considère néanmoins que ce risque est fortement atténué par plusieurs éléments :

- la bonne répartition du chiffre d'affaires d'Ipsos, où aucun client ne représente plus de 4% du CA consolidé, et ce au travers de contrats dans plusieurs pays.
- la rémunération attractive des managers d'Ipsos et la présence de clauses de non-concurrence dans leurs contrats de travail.
- la majorité des clients sont fidèles puisque 90% des clients d'une année font appel à Ipsos l'année suivante.
- Ipsos offre à ses clients non seulement un contact privilégié avec ses équipes spécialisées mais aussi une signature reconnue et des moyens opérationnels et des bases de données qui leur assurent la comparabilité des résultats d'enquête dans le temps et entre les pays.

### 3.8.4 RISQUE D'ÉVOLUTION DE LA LÉGISLATION DU TRAVAIL

Ipsos emploie un nombre important de vacataires pour l'administration des questionnaires. Dans certains pays, en fonction des spécificités locales du droit du travail, ces collaborateurs peuvent avoir un statut de salariés, mais ce cas de figure reste très minoritaire. On peut observer actuellement dans un certain nombre de pays (Allemagne, Royaume-Uni, certains pays d'Amérique latine, etc), une évolution de la législation sociale ou de son interprétation, visant à accorder un statut plus protecteur aux salariés "intermittents". Cette évolution fait courir un double risque à la Société :

- un risque juridique, dans le cas où elle n'accorderait pas aux collaborateurs occasionnels certains avantages aujourd'hui réservés à ses salariés permanents, et se trouverait ainsi en contradiction avec la loi. A noter qu'en France, le statut du travail "précaire" intègre déjà ces évolutions et ne présente ainsi que peu de risques.
- un risque économique, ces évolutions tendant à renchérir le coût de la main d'œuvre, dans la mesure où Ipsos ne parviendrait pas à augmenter ses tarifs dans les mêmes proportions. Ipsos considère que ce risque est néanmoins à nuancer fortement, puisqu'il concerne l'ensemble de la profession et n'induirait en conséquence pas de perte de compétitivité pour le Groupe.

### 3.8.5 RISQUE INFORMATIQUE

L'activité d'Ipsos comporte une forte dépendance vis à vis des systèmes d'informations. Un dysfonctionnement des systèmes informatiques du Groupe pourrait ainsi avoir des conséquences importantes pour son activité (perte de résultats d'une enquête, indisponibilité des bases de données, etc). En pratique, ce risque est cependant limité par l'utilisation de systèmes et de logiciels standards du marché, qui sont répartis sur plusieurs sites. En cas de problème sur un système, Ipsos considère qu'il a donc la possibilité de se reporter sur un autre. En ce qui concerne le passage à l'Euro, le Groupe mis en place un programme d'adaptation de ses outils informatiques (Cf. § 3.6.1 " L'évolution des systèmes d'information ").

### 3.8.6 RISQUES DE TAUX ET DE CHANGE

#### Risque de taux

Sur 190,2 MF d'emprunts auprès d'établissement de crédit existant au 31/12/99, 90 % étaient contractés à taux variable. Ipsos n'utilise pas actuellement de produits dérivés pour se couvrir du risque de taux mais n'exclut pas d'y avoir recours à l'avenir.

#### Risque de change

Le Groupe est implanté dans 24 pays et réalise des travaux dans plus de 100 pays. Le risque de change relatif aux transactions commerciales est néanmoins très limité, les filiales d'Ipsos facturant presque toujours dans leur monnaie locale.

Le seul risque de change existant réside dans la conversion des comptes et la remontée des dividendes des filiales étrangères situées hors de la zone Euro.

Le poids des résultats par zone géographique est indiqué au § 3.1.3.1.

## 3.9 EVOLUTION RECENTE ET PERSPECTIVES D'AVENIR

### 3.9.1 LA STRATÉGIE DU GROUPE IPSOS

Ipsos a été au cours des 20 dernières années la société d'études européenne de taille internationale ayant connu la plus forte croissance, grâce à une stratégie claire d'anticipation et d'accompagnement de l'évolution de son métier et de son marché.

La stratégie du Groupe vise aujourd'hui à consolider Ipsos comme un acteur international de premier rang sur le marché des études, ayant une taille critique suffisante pour travailler avec ses grands clients où qu'ils soient.

Elle est articulée en trois points :

#### ***3.9.1.1 Le renforcement de son expertise sur ses métiers***

Afin d'établir un leadership mondial, le Groupe a pour objectif d'accroître ses moyens d'intervention dans ses cinq métiers, qui sont le marketing, l'évaluation de l'efficacité publicitaire, les médias, les études d'opinion et de recherche sociale et la satisfaction de clientèle.

Ce renforcement passe par des investissements ciblés, tant internes avec un effort soutenu en matière de Recherche et Développement que via des opérations de croissance externe auprès de sociétés ayant une réelle expertise dans un de ces segments de marché.

C'est à cette logique qu'a répondu le rachat début 1998 de la société américaine ASI, leader américain du *copy testing*, qui permet au Groupe d'occuper désormais une position de leader mondial dans le domaine de l'évaluation a priori de l'efficacité publicitaire (*copy testing*). L'acquisition de la société Tandemar, n°1 des études publicitaires au Canada, en avril 2000 vient encore conforter cette position dominante et permet d'élargir l'offre de services en produits de Tracking.

### 3.9.1.2 Un élargissement de sa couverture

L'implantation des grandes multinationales sur de nouveaux marchés crée de nouveaux besoins en terme de recherche :

- Les multinationales souhaitent disposer de données marketing sur leurs nouveaux marchés comme les pays émergents d'Asie ou d'Amérique latine,
- Ces grands groupes mettent en place des stratégies produits globales et veulent par conséquent être en possession de données homogènes d'un marché à l'autre.

Ipsos ambitionne donc de faire croître ses moyens d'intervention. Cette extension comporte trois paramètres :

#### • L'implantation d'Ipsos dans de nouvelles zones géographiques

Avec le rachat d'ASI en Amérique du Nord et du réseau Novaction en Amérique latine fin 1997/début 1998, et récemment l'acquisition des sociétés Angus Reid et Tandemar au Canada, Ipsos est aujourd'hui présent essentiellement en Europe et en Amérique. Le Groupe doit donc porter ses efforts notamment sur la zone Asie-Pacifique mais pas exclusivement.

La carte ci-dessous illustre les zones jugées prioritaires.



**Forte présence Ipsos**

**Présence à renforcer**

**Présence à développer**

#### • L'harmonisation de son offre et la mise en place de marques mondiales

Ipsos a choisi de mettre en place des lignes métiers transnationales dans chacune de ses cinq aires de spécialisation, afin de favoriser la mise au point d'instruments communs dans l'ensemble de ses filiales nationales et la commercialisation de services homogènes.

##### - Etudes publicitaires : Ipsos-ASI

Cette ligne stratégique est opérationnelle dans le domaine de l'*advertising research*, avec une structure intégrée dirigée depuis les Etats-Unis, qui propose un produit unique de copy testing au niveau mondial, "*Ipsos-ASI Next\*TV*". Ce produit sera dorénavant commercialisé par toutes les filiales du Groupe

##### - Etudes Marketing : Ipsos-Insight, Ipsos Access Panels, Ipsos Reach

Des structures de coordination fonctionnent également sur le plan international dans les domaines des études marketing et, en particulier, des études qualitatives avec Ipsos-Insight. Une organisation spécifique existe en Europe pour l'activité Ipsos Access Panels avec une direction européenne et une implantation d'équipes commerciales dans chacun des pays concernés (France, Allemagne, Angleterre, Italie). Avec les centres d'enquêtes téléphoniques (International CatiCentre) et les réseaux d'enquêteurs équipés d'ordinateurs portables (CAPIBUS et CAPIVISION), les Access Panels participent d'un concept commercial et opérationnel dénommé Ipsos Reach. Ce service qui permet aux clients de disposer de tous les moyens modernes de collecte des données s'enrichit cette année avec la mise en œuvre de systèmes on line d'interrogation des cibles visées.

Par ailleurs, le secteur des études Marketing quantitatives lance cette année une nouvelle gamme de produits, Ipsos Evolution, conçue pour les études marketing des produits et services

- *Etudes d'opinion et recherche sociale : Ipsos Reid*

Suite au rachat de la société canadienne Angus Reid, une nouvelle marque internationale est née :

Ipsos-Reid. Sous cette appellation seront coordonnées l'ensemble des activités d'études du groupe Ipsos dans le domaine des études de tendances d'opinion et de consommation.

Un important portefeuille d'études internationales de référence existe déjà :

En Europe, Ipsos propose plusieurs programmes d'enquêtes internationales: *L'Indice Européen de la Consommation*, *Les Tendances des Opinions Publiques Européennes*, *RED - Representative Employees Data*, base de données sur les comportements des salariés dans le monde.

De son côté, Angus Reid propose des études de grande envergure : *World Monitor*, une étude sur les valeurs des citoyens de 40 pays, ou encore *The Face of the Web*, une étude sur la sociologie des internautes conduite dans 34 pays. Internet constituera un axe majeur de l'offre d'Ipsos-Reid : il deviendra le support privilégié pour interroger les opinions et se présente déjà comme un support adapté pour la communication des données.

Fort d'une offre internationale dans les domaines de la politique, de l'économie et du social, de la consommation et de la santé, Ipsos-Reid développera ses activités dans les principales régions du monde : Amérique du Nord, Amérique Latine, Europe, Asie et Moyen Orient.

- *Les initiatives sur Internet : Ipsos Inter@ctive*

L'ensemble des initiatives d'Ipsos dans le domaine de l'interactivité ont été regroupées sous une marque ombrelle, Ipsos Inter@ctive. Internet est à plus d'un titre objet d'études pour Ipsos : mesure d'audience - avec MMXI Europe et Media Metrix Latin America, mesure de l'efficacité du media comme support publicitaire (avec Ipsos-ASI), évaluation des sites Web, étude de potentialités de sites commerciaux, utilisation d'internet comme support d'enquêtes, qualitatives et quantitatives. Les technologies internet sont également des vecteurs déjà opérationnels pour mettre à disposition des clients des résultats on line.

#### • **Le suivi de ses clients mondiaux sur une base mondiale**

Afin d'apporter un meilleur service à ses clients les plus importants et les plus internationaux, Ipsos a mis en place une organisation en grands comptes. Le responsable d'un grand compte assure le développement de son chiffre d'affaires grâce à une meilleure gestion de la relation professionnelle, commerciale et financière avec ce client.

#### **3.9.1.3 L'amélioration de la rentabilité du Groupe, notamment par une optimisation de la structure de coût**

Ipsos travaille en permanence à l'amélioration de son offre, afin de mettre à disposition de ses clients les meilleures solutions au meilleur coût. Cette recherche de compétitivité s'effectue dans plusieurs voies :

#### • **L'utilisation de nouvelles approches dans la réalisation des études**

Ipsos a généralisé l'emploi des techniques offrant le meilleur rapport qualité / coût pour la réalisation des études, au profit de ses clients, comme par exemple :

- les études syndiquées, c'est-à-dire la possibilité de vendre la même information, en syndication à plusieurs clients,
- Ipsos Reach, qui propose les moyens d'études du Groupe les plus adaptés pour la conduite des études internationales.

#### • **Les développements technologiques**

La technologie est pour Ipsos un moyen d'améliorer la qualité de ses prestations, notamment en accélérant et fiabilisant la collecte d'information, tout en réduisant les coûts. Cet investissement dans des technologies de l'information nouvelles permet donc au Groupe de concentrer son effort sur sa véritable valeur ajoutée, qui est son expertise du consommateur / citoyen, de la façon dont il faut comprendre ses réponses et s'adresser à lui.

Au premier rang des technologies nouvelles sur lesquels Ipsos porte un effort soutenu se trouve Internet. Ce réseau ouvre en effet des perspectives prometteuses pour la collecte d'information dans des conditions de rapidité et de coûts intéressantes, et pour la diffusion des résultats d'analyse aux clients. Le Groupe a été un des pionniers dans l'étude de ce nouvel instrument. Son utilisation à grande échelle est programmée pour les deux années qui viennent (voir paragraphe " 3.5.2 Utilisation des nouvelles technologies"), notamment grâce à la création de panels on-line.

#### • **Un management renforcé**

La rapidité de la croissance d'Ipsos a dû s'accompagner d'un renforcement de structures centrales de management et de contrôle de l'activité des filiales. Au 1er janvier 2000, les principales sociétés opérationnelles du groupe ont progressivement adopté un système comptable et de gestion (E.R.P.) intégré. Il est la base d'un suivi homogène des opérations et des comptes clients favorisant ainsi la connaissance des performances des différentes entités du groupe (voir aussi paragraphe " 3.6.1.1 Le projet ISIS "). Ce nouveau système sera étendu à l'ensemble des sociétés du Groupe en 2000 et 2001.

### 3.9.2 EVOLUTION RÉCENTE

Au cours des premiers mois de l'année 2000, Ipsos a poursuivi sa stratégie de développement ciblé :

#### • **Elargissement de la couverture géographique**

- *Finalisation de l'acquisition de BIMSA, la principale société d'études mexicaine, après un protocole d'accord signé fin 1999*

Le 25 Octobre 1999, Ipsos S.A. et la société mexicaine BIMSA ont signé une Lettre d'Intention aux termes de laquelle les deux sociétés se sont engagées à initier des négociations exclusives permettant à Ipsos d'acquérir 50% du capital de BIMSA, avec la possibilité de monter en puissance au bout de cinq ans. Ces accords ont été finalisés en avril 2000 et la société BIMSA sera intégrée dans les comptes du groupe Ipsos à compter du 1er janvier 2000.

BIMSA, fondée en 1961, est la principale société d'études par enquêtes au Mexique, où elle est particulièrement connue pour son expertise en études Marketing et Opinion Publique. Elle a réalisé en 1999 un volume d'activité de près de 9 millions de USD.

Les deux sociétés avaient déjà entamé en 1999 une coopération dans le secteur des études médias en proposant au marché mexicain l' "Estudio General de Medios y Marcas" - L' Etude Générale des Médias et des Marques - une étude d'audience plurimédias qu'Ipsos conduit déjà depuis de nombreuses années en Espagne, et propose également en Argentine.

Il a été convenu de constituer un Conseil de Direction qui dirigera et coordonnera les activités de BIMSA et des sociétés Ipsos déjà implantées au Mexique (à savoir Ipsos-Novaction et Ipsos-ASI). Ce conseil auquel siègeront des représentants d'Ipsos, et notamment Arturo Sanchez de la Vega, Directeur Général d'Ipsos Mexique, sera présidé par César Ortega de la Roquette, l'actuel Directeur Général de BIMSA.

En réunissant leurs activités, BIMSA et Ipsos constituent la première force de proposition sur le marché mexicain pour les études par enquêtes, avec l'offre la plus complète dans les domaines des études Marketing, Opinion Publique, Médias et études Publicitaires.

Par cette acquisition, le groupe Ipsos qui est déjà implanté en Argentine et au Brésil avec de fortes positions - via les sociétés Ipsos-Novaction et Ipsos-ASI - conforte sa position de leader du marché des études en Amérique Latine.

- *Acquisition d'Angus Reid, N°1 des études au Canada*

Le groupe Ipsos et le groupe Angus Reid ont annoncé, le 22 mars 2000, la signature d'un accord aux termes duquel la société canadienne intégrera le groupe Ipsos. Le fondateur et CEO d'Angus Reid, le Dr. Angus Reid, conservera la direction de la société qui prendra la dénomination Ipsos Reid et sera nommé au Comité Exécutif d'Ipsos

Principale société d'études au Canada, le Groupe Angus Reid s'est fortement développé aux Etats-Unis où il réalise aujourd'hui le tiers de son activité commerciale. Avec un chiffre d'affaires 1999 supérieur à 50 millions de dollars canadiens, il a vu son activité croître de 30% par rapport à 1998.

Fondé par le Dr. Angus Reid en 1979, Angus Reid est un groupe de réputation internationale et le premier sur son marché. Il propose une gamme complète d'études marketing et opinion aux entreprises des secteurs privé et public. Il travaille dans plus de 80 pays, dans 40 langues différentes, et sert plus de 1200 clients dans le monde. Il emploie 300 personnes et 800 enquêteurs dans 6 bureaux implantés au Canada (Montréal, Ottawa, Toronto, Winnipeg, Calgary et Vancouver), 4 bureaux implantés aux Etats-Unis (New York, Minneapolis, Saint-Louis et San Francisco) ainsi qu'à Londres.

Angus Reid Worldwide a été l'une des premières sociétés en Amérique du Nord à développer des outils de recherche internationaux, et à mettre sur pied au sein de son organisation le Global Products Group. Aujourd'hui la société qui a noué de nombreuses alliances au niveau mondial, travaille en partenariat avec des médias globaux comme The Economist et CNN.

Pour ces raisons, il a été décidé que les activités d'études du groupe Ipsos seront, dès 2000, coordonnées dans le domaine des études de tendances d'opinion et de consommation sous une nouvelle marque internationale, **Ipsos-Reid**

Les accords prévoient que l'acquisition de la totalité du Groupe Angus Reid s'effectue en deux étapes : environ 50% en 2000 et 50% en janvier 2001. La société devrait donc être prise en compte par la méthode de l'intégration globale dans les comptes du Groupe à compter du 1er juillet 2000.

- *Acquisition de Tandemar, N°1 des études publicitaires au Canada*

Le 18 avril 2000, Ipsos et la société Tandemar ont annoncé la signature d'une lettre d'intention qui prévoit l'intégration de la société canadienne au groupe Ipsos. Cette acquisition permet de renforcer la position du Groupe dans la mesure de l'efficacité publicitaire.

Tandemar Research Inc. qui est implanté à Montréal et à Toronto, est la société leader sur le marché canadien pour les études publicitaires. Elle a réalisé en 1999 un chiffre d'affaires de 16.5 millions de dollars canadiens (10.416 millions d'euros) et se développe rapidement : son rythme de croissance annuel a été de 20% au cours des trois derniers exercices.

Plus de 80% de son activité concerne le suivi des effets des campagnes publicitaires sur les ventes (Tracking) et sur la position des marques dans leur univers de concurrence (Brand Equity.) Tandemar qui réalise également depuis l'an dernier sous contrat de licence le pré-test Ipsos-ASI Next\*TV au Canada, sera intégrée à la société Ipsos-ASI The Advertising Research Company qui propose au niveau international l'expertise Ipsos pour les études publicitaires. La société Tandemar qui emploie plus de 100 salariés a été créée en 1986. Elle est à l'heure actuelle détenue en totalité

par ses deux fondateurs, John Hallward et Alix Davenport, qui selon les termes de l'accord continueront à assurer son développement sur le marché Nord-Américain.

La société Tandemar devrait être prise en compte à 100 % dans les comptes consolidés d'Ipsos à compter du 1er février 2000.

- *Création d'une JV en Chine, Ipsos-Link, détenue à 40% par Ipsos et à 60% par les managers chinois*

Début 2000, Ipsos a signé des accords avec une société d'études Marketing chinoise, Link, aux termes desquels une joint venture sera créée, détenue à 40% par Ipsos et à 60% par les managers chinois. La nouvelle entité, baptisée Ipsos Link, est installée à Beijing et Shangai et emploie 47 personnes, pour un chiffre d'affaires de 1 MUSD en 1999.

- *Montée en puissance via Stat-Ipsos, société contrôlée à 51% par Ipsos, dans le capital de Stat, société libanaise, dont l'activité connaît un fort développement dans les domaines des médias et de la publicité*

Le développement du groupe au Moyen Orient avait été initié par une prise de participation de 5% dans le capital de la société libanaise Stat. Suite à la montée en puissance prévue dans Stat et à des prises de participation dans d'autres sociétés de la zone (30% dans une société AGB Stat Ipsos, spécialisée dans la mesure de l'audience de la télévision et 49% dans une société d'études syrienne, Kiwan), le pôle " Moyen Orient " devrait faire son entrée dans le périmètre de consolidation en 2000, sous forme de mise en équivalence.

#### • **Nouvelles initiatives dans le domaine de l'Internet**

- *accord sur la mesure de l'audience d'internet en Amérique Latine*

Le 7 mars dernier, Ipsos et Media Metrix, Inc., pionnier et leader mondial de la mesure d'audience d'internet et des médias électroniques ont annoncé l'extension de leur offre à l'Amérique Latine. Selon les termes de l'accord, Media Metrix et Ipsos associeront dans une nouvelle joint-venture leurs savoir-faire et leurs ressources pour constituer le premier service indépendant pour la mesure d'audience d'internet sur les marchés d'Amérique Latine (Brésil, Mexique et Argentine).

Après l'Europe (en association avec Ipsos en France et au Royaume Uni, GfK en Allemagne et Sifo en Suède) et le Japon, l'offre initiée par Media Metrix aux Etats-Unis s'étend aujourd'hui aux marchés latinos-américains où le groupe Ipsos est représenté par ses filiales Ipsos-Novaction, au Brésil, en Argentine et au Mexique.

Media Metrix Latin America qui a déjà commencé activement le recrutement des panélistes, collectera des données à partir d'un panel représentatif des utilisateurs d'internet en utilisant son très performant logiciel de mesure en temps réel, qui permet de suivre automatiquement depuis l'ordinateur des panélistes l'usage d'internet. La sortie des premiers résultats est prévue pour le début du troisième trimestre 2000.

La nouvelle société, Media Metrix Latin America, devrait être prise en compte dans les comptes du Groupe à 41% par mise en équivalence.

- *Acquisition de Médiangles, société française spécialisée dans les études sur Internet*

Le groupe Ipsos a acquis en mars 2000 la totalité du capital de la société d'études Médiangles qui a pris la dénomination d'Ipsos-Médiangles, et est dirigée par Louis Rougier, qui en est le co-fondateur.

Fondée en 1991, Médiangles est spécialisée dans les études sur les media traditionnels et s'est particulièrement développée sur l'ensemble des champs de l'interactivité : communication on line, médias interactifs (télévision interactive, commerce électronique, téléphonie mobile, web et intranet). Elle a réalisé en 1999 un chiffre d'affaires de 10 millions de francs, et prévoit de doubler en 2000 son activité Internet.

L'intégration au groupe Ipsos permettra d'accélérer la croissance de Médiangles sur ces nouveaux media et viendra enrichir l'offre d'études Internet et Multimedia déjà développée par Ipsos.

#### • **Evolution du partenariat dans l'Access Panel**

Après avoir racheté en 1999 à la société américaine NFO Worldwide, son partenaire pour le développement des *access panel* en Europe, ses parts dans leurs quatre filiales communes et Ipsos a annoncé en mars 2000 avec une autre société internationale américaine, Market Facts, des accords de partenariat. Aux termes de ces accords, Market Facts (la division Etudes Nord-Américaine d'Aegis) prend une participation de 35% dans le capital d'Ipsos Access Panels Holding SA, la filiale du groupe Ipsos spécialisée dans les études sur access panels. Cet accord permettra aux deux sociétés d'élargir leur offre d'études sur access panels, offre jusqu'alors exclusivement européenne pour Ipsos Access Panels et exclusivement américaine pour Market Facts.

La société Ipsos Access Panels qui a réalisé en 1999 un chiffre d'affaires supérieur à 9 millions d'Euros, est implantée en Allemagne, en France, en Italie et au Royaume Uni. Elle propose un panel régulièrement mis à jour de 115.000 foyers européens pré-recrutés dont les membres sont prêts à participer à des enquêtes, en constituant des échantillons représentatifs de la population d'un pays ou d'une région donnée. Market Facts dispose d'un panel de 550.000 foyers Nord-Américains dont les services seront proposés aux clients européens d'Ipsos Access Panels. De même, Market facts proposera à ses clients américains l'offre de service européenne d'Ipsos Access Panels.

### 3.9.3 ACTIVITÉ DU PREMIER TRIMESTRE

Le chiffre d'affaires du groupe Ipsos au 31 mars 2000 s'établit à 58.5 millions d'euros, en hausse de 25.2% par rapport à 1999, soit – à périmètre et taux de change constants – une augmentation de 15.4%.

La croissance a été importante dans tous les métiers d'Ipsos et tous ses secteurs d'intervention géographiques.

Même si la situation du 1er trimestre n'est pas prédictive de l'activité d'une année, elle reflète néanmoins le dynamisme du marché et l'activité d'Ipsos sur son marché.

Chiffre d'Affaires consolidé en millions d'euros	1999	2000
1er trimestre	46.7	58.5
2ème trimestre	52.2	-
3ème trimestre	51.6	-
4ème trimestre	80.2	-
<b>TOTAL EXERCICE</b>	<b>230.7</b>	<b>-</b>

### 3.9.4 PERSPECTIVES D'AVENIR

A l'avenir, Ipsos prévoit de maintenir un rythme rapide de développement dans ses métiers actuels, fondé à la fois sur des opérations de croissance externes ciblées et sur une croissance organique supérieure à celle du marché.

#### • croissance externe :

Le Groupe va poursuivre l'élargissement de sa couverture géographique. Il prévoit ainsi de renforcer son implantation notamment en Asie (Japon, Chine) et en Europe centrale, où le groupe estime sa présence encore insuffisante, à la fois par la conclusion d'accords de partenariat et par des prises de contrôle de sociétés locales.

Dans de nombreux pays, Ipsos est déjà en relation avec plusieurs sociétés. Les sociétés cibles sont des structures de taille moyenne, disposant déjà d'une part de marché significative sur leur marché.

Le Groupe devrait également procéder à quelques acquisitions de société de taille plus modeste, mais disposant d'une expertise dans un domaine lié à ses métiers actuels, notamment aux Etats-Unis mais aussi vraisemblablement en Europe. Par exemple, internet ou la satisfaction de clientèle.

L'objectif d'Ipsos est d'acquérir environ 200 M d'Euros de chiffre d'affaires supplémentaire (y compris les acquisitions déjà annoncées depuis le début de l'année), sur les exercices 2000 et 2001. Ces acquisitions ne devraient pas être dilutives.

#### • croissance organique :

Les fortes positions d'Ipsos dans les segments du marché connaissant les plus forts taux de croissance, comme la mesure de l'efficacité publicitaire ou la satisfaction de clientèle, ainsi que la préférence donnée par les grands clients aux sociétés à même de fournir un service sur l'ensemble de leurs marchés, lui permettront de croître plus vite que l'ensemble du secteur des études.

Outre les nouvelles expertises comme internet, le Groupe a également pour objectif d'accroître son offre dans le domaine des études d'opinion, en développant la marque Ipsos Reid.

En termes de répartition, les parts de la mesure de l'efficacité publicitaire, de la satisfaction de clientèle et des études d'opinion devraient progresser aux dépens de celle du marketing, tout comme l'Amérique et l'Asie verront leur importance s'affirmer vis à vis de l'Europe.

Cette nouvelle répartition au profit d'aires géographique et de métiers faisant apparaître des marges plus élevées permettra une amélioration de la rentabilité du Groupe.

Suite aux opérations de croissance externes réalisées depuis le début de l'année 2000, le Groupe a décidé de revoir à la hausse ses objectifs pour 2000 et 2001, soit un chiffre d'affaires supérieur à 300 millions d'euros en 2000 et à 450 millions d'euros en 2001 (au lieu des 320 millions de francs pour 2001 annoncés au moment de l'introduction en bourse) et une marge opérationnelle supérieure aux prévisions publiées lors de l'introduction en bourse (supérieure à 7% en 2000 et à 8,2% en 2001).

*L'attention du public est attirée sur les points suivants :*

- *les objectifs financiers communiqués par la Société sont rendus publics dans le seul but d'indiquer aux investisseurs potentiels les tendances d'évolution telles qu'elles semblent se dessiner à ce jour, du point de vue de la Société.*
- *ils ont été préparés par la Société sur la base de son analyse de l'état actuel de l'environnement économique et financier, social, fiscal, réglementaire, technologique et concurrentiel. Tout changement, même minime, dans cet environnement pourra avoir des répercussions positives ou négatives sur son activité et entraîner un écart significatif entre les réalisations effectives et les objectifs présentés ci-dessus.*

*Compte tenu des aléas inhérents à la réalisation de ses objectifs (notamment en matière de croissance externe), Ipsos ne peut en aucun cas s'engager sur leur réalisation ou non réalisation.*

### 3.10 FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES

Le Groupe est actuellement impliqué dans le cadre de deux procédures contentieuses :

- RSC : la société américaine RSC a porté plainte contre Ipsos devant un tribunal américain, pour violation des secrets commerciaux liés à son produit ARS Persuasion. Dans le cadre de la procédure de "discovery" initiée par RSC, ce dernier n'a pour l'instant produit aucune pièce permettant d'étayer sérieusement sa requête, au contraire d'Ipsos qui a fourni au juge toutes les pièces demandées. Ipsos estime par conséquent sa position relativement forte. Le jugement rendu par les Tribunaux américains en avril 2000 est favorable à Ipsos mais RSC pourrait faire appel de cette décision.
- Volvo : la filiale belge d'Ipsos est en procès contre la société Volvo pour un litige tenant au non-paiement par Volvo d'une partie d'une étude, au motif qu'Ipsos n'a pas respecté les délais prévus. Ipsos a provisionné 50% de la partie contestée de la créance. La partie non réglée de l'étude s'élève à 13,9 MBEF (2,2 MF). Volvo demande le remboursement de l'acompte versé, ainsi que des dommages et intérêts.

Par ailleurs, en 1998, la direction générale d'Ipsos Interviews a été saisie par le comité d'entreprise d'une demande d'information concernant l'application de la participation des salariés pour les exercices antérieurs à 1997, année à partir de laquelle un accord de participation a été conclu. Après examen, il avait été décidé de passer une provision pour risques et charges de cinq millions de francs dans les comptes de la société Ipsos Interviews correspondant à l'estimation du risque financier pour la société au 31 décembre 1998. En 1999, des discussions ont eu lieu avec le comité d'entreprise d'Ipsos Interviews à cet égard. Une dotation exceptionnelle complémentaire de 1,9 millions de francs a été comptabilisée et correspond au risque maximal encouru sur ce litige.

Hors les points mentionnés ci-dessus, la société n'a pas connaissance de faits et n'est actuellement impliquée dans aucun litige ou arbitrage susceptibles d'avoir ou ayant eu dans un passé récent un impact significatif sur le patrimoine, la situation financière, les activités et les résultats de la société.

### 3.11 GLOSSAIRE

**Access Panel** : ensemble de foyers recrutés par une société d'études, qui s'engagent à participer à des études plusieurs fois par an, sur un rythme défini à l'avance.

**Advertising research** : étude de l'efficacité publicitaire. Cette discipline comprend notamment l'évaluation de la qualité de l'exécution publicitaire (pré et post-tests, les bilans et suivis de campagne (tracking) ainsi que les bilans et suivis de marque (Brand Equity).

**Baromètre** : étude destinée à suivre dans le temps des indicateurs sur des marchés, entreprises, marques et produits, services, etc. Réalisée dans les mêmes conditions méthodologiques (même structure d'échantillon, mêmes questions...), elle permet des comparaisons d'une période à l'autre.

**CAPI (Computer-assisted personal interviewing system)** : enquête en face à face assistée par ordinateur. L'enquêteur utilise un ordinateur portable sur l'écran duquel il lit les questions et saisit directement les réponses.

**CATI (Computer-assisted telephone interviewing system)** : enquête téléphonique assistée par ordinateur. L'enquêteur administre oralement par téléphone le questionnaire, et enregistre directement les réponses sur un ordinateur.

**Copy testing** : pré ou post-test d'une publicité (ex. *Ipsos-ASI Next\*TV*, le produit mondial de pré-test de films d'Ipsos)

**Etudes multiclients** : comme leur nom l'indique, les études multiclients sont des travaux de recherche vendus à plusieurs clients. Elles peuvent être de deux sortes : (i) les **études syndiquées**, réalisées pour le compte des donneurs d'ordres groupés en associations (ex. les études de mesure d'audience des médias, effectuées pour le compte des associations professionnelles de chaque média) et à qui les résultats des études appartiennent, et (ii) les **études en souscription**, réalisées par Ipsos en son propre nom et dont les résultats lui appartiennent, mais qui sont vendues à plusieurs clients (ex. la France des Cadres Actifs).

**Etudes ad hoc** : travaux sur mesure, réalisés pour un client spécifique. Les études ad hoc s'opposent aux travaux "récurrents" tels que par exemple les baromètres.

**Face à face** : recueil de données individuel effectué par l'enquêteur en présence de chaque personne interrogée (à domicile, en salle ou en rue).

**Omnibus (étude)** : type d'étude quantitative, dans lequel seul l'échantillon de personnes à interroger est défini à l'avance, et où chaque client participant peut poser les questions de son choix. Ce type d'étude appartient également à la catégorie des "études multi-clients".

**Panel** : échantillon représentatif d'individus ou de professionnels interrogés régulièrement sur des variables identiques. Le recueil d'informations peut être fait de façon automatique, ne nécessitant pas d'intervention directe des participants (ex. panels de téléspectateurs dans le cadre de l'audimétrie passive). Les informations peuvent être recueillies directement auprès de sources professionnelles, à partir des relevés de ventes (ex. panels de distributeurs).

**Pré-test** : ensemble des techniques destinées à contrôler la valeur de la communication d'un message publicitaire avant sa diffusion

**Qualitative (étude)** : étude à vocation exploratoire (explorer un secteur inconnu, identifier les principales dimensions d'un problème, formuler des hypothèses, comprendre des motivations...) ou opérationnelle qui se fonde sur une analyse en profondeur du discours des interviewés (en groupe ou individuellement). Elle porte le plus souvent sur un échantillon restreint d'individus, qui n'a pas besoin d'être représentatif. Elle peut être une phase préliminaire à une démarche quantitative, ou se suffire à elle-même.

**Quantitative (étude)** : étude visant à quantifier des attitudes ou des comportements, à mesurer les variables dont ils dépendent, à comparer, à mettre en relief des corrélations..., le plus souvent réalisée par sondage, sur un échantillon qui doit être représentatif afin que les résultats puissent être généralisés à l'ensemble de la population étudiée. Elle nécessite la mise au point d'instruments de mesure standardisés et codifiables (questionnaires structurés).

**Questionnaire** : ensemble de questions soumises aux personnes interrogées à l'occasion d'une enquête quantitative.

**Sondage** : enquête sur un échantillon représentatif de la population-cible.

**Terrain** : ensemble des opérations concourant au recueil des informations de l'étude et organisant le travail des enquêteurs (descriptif des personnes à interroger, instructions pour le choix des interviewés, quotas, passation du questionnaire, contrôles).

**Tracking publicitaire** : analyse dynamique de la communication d'une marque et de son incidence sur les attitudes et comportements des consommateurs. En général, la collecte d'information suit un rythme hebdomadaire et utilise des échantillons tournants (contrairement aux panels), Sur le même modèle sont apparus plus récemment en France des tracking de marque (analyse des évolutions des paramètres d'image, de notoriété ...)

## SITUATION FINANCIERE - RESULTATS

### 4.1 COMPTES CONSOLIDES AU 31 DECEMBRE 1999

#### 4.1.1 RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS AU 31 DÉCEMBRE 1999

Mesdames,  
Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale, nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés de la société Ipsos S.A. établis en francs relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 1999 tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le Conseil d'administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

Nous avons effectué notre audit selon les normes de la profession ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probant justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes consolidés sont réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation.

Par ailleurs, nous avons également procédé à la vérification des informations données dans le rapport sur la gestion du groupe. Nous n'avons pas d'autre observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Fait à Paris, le 25 avril 2000

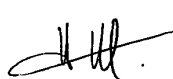
Les Commissaires aux Comptes

COGERCO FLIPO



Francis Pons

JPA

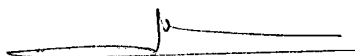


Danielle Bardreau-Gilbert

ERNST & YOUNG Audit



Gabriel Galet



Jacques Potdevin

## 4.1.2 ETATS FINANCIERS CONSOLIDÉS AU 31 DÉCEMBRE 1999

### Bilan Consolidé

Actif montants en milliers de francs français	Notes n°	au 31 décembre 1999			Net au 31/12/98
		Brut	Amortissement et provisions	Net	
<b>ACTIF IMMOBILISÉ</b>					
<i>Immobilisations incorporelles</i>	<b>1</b>				
Frais d'établissement		1 212	229	983	84
Autres immobilisations incorporelles		66 204	33 081	33 123	24 453
Fonds commerciaux		194 457	26 307	168 150	147 412
<i>Ecart d'acquisition</i>	<b>1</b>	<b>305 002</b>	<b>71 038</b>	<b>233 964</b>	<b>200 944</b>
<i>Immobilisations corporelles</i>	<b>1</b>	<b>170 551</b>	<b>117 207</b>	<b>53 344</b>	<b>50 365</b>
<i>Immobilisations financières</i>	<b>2</b>				
Titres de participations		2 764	15	2 749	750
Autres immobilisations financières		8 341		8 341	8 633
<b>TOTAL ACTIF IMMOBILISÉ</b>		<b>748 531</b>	<b>247 877</b>	<b>500 654</b>	<b>432 641</b>
<b>ACTIF CIRCULANT</b>					
<i>Stocks et en cours</i>					
Fournitures		816		816	601
Etudes en cours		82 362	1 562	80 800	81 069
<i>Créances</i>	<b>8</b>				
Clients et comptes rattachés		386 016	6 669	379 347	299 262
Autres créances		49 526		49 526	42 011
Valeurs mobilières de placement		7 621	42	7 579	1 173
Disponibilités		56 938		56 938	48 501
<b>TOTAL ACTIF CIRCULANT</b>	<b>5</b>	<b>583 279</b>	<b>8 273</b>	<b>575 006</b>	<b>472 617</b>
<i>Comptes de régularisation</i>	<b>3</b>	<b>27 033</b>		<b>27 033</b>	<b>18 893</b>
<b>TOTAL DE L'ACTIF</b>		<b>1 358 843</b>	<b>256 150</b>	<b>1 102 693</b>	<b>924 151</b>

<b>Passif</b>	<b>Notes</b>	<b>31/12/99</b>	<b>31/12/98</b>
montants en milliers de francs français	n°	avant affectation des résultats	
<b>CAPITAUX PROPRES</b>			
Capital		26 173	19 806
Primes		327 395	153 157
Autres réserves		18 045	-5 443
<b>Résultat de l'exercice, part du groupe</b>		<b>23 428</b>	<b>6 807</b>
<b>Capitaux propres, part du groupe</b>	<b>4</b>	<b>395 041</b>	<b>174 327</b>
Réserves consolidées, part des minoritaires		3 788	56 591
Résultats de l'exercice, part des minoritaires		3 865	7 091
<b>Intérêts minoritaires</b>	<b>4</b>	<b>7 653</b>	<b>63 682</b>
<b>TOTAL DES CAPITAUX PROPRES</b>		<b>402 694</b>	<b>238 009</b>
<b>Provisions pour risques et charges</b>	<b>5</b>	<b>30 623</b>	<b>24 509</b>
<b>DETTES</b>			
<b>Emprunts obligataires convertibles</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>19 998</b>
<b>Emprunts et dettes financières</b>	<b>7</b>	<b>221 914</b>	<b>242 260</b>
<b>Autres dettes</b>	<b>8</b>		
Clients, avances et acomptes		80 681	93 121
Fournisseurs et comptes rattachés		158 391	129 988
Dettes fiscales et sociales		161 000	137 479
Autres dettes		22 422	17 063
<b>TOTAL DES DETTES</b>		<b>644 408</b>	<b>639 909</b>
<b>Comptes de régularisation</b>	<b>3</b>	<b>24 968</b>	<b>21 724</b>
<b>TOTAL DU PASSIF</b>		<b>1 102 693</b>	<b>924 151</b>

## Compte de résultat consolidé

montants en milliers de francs français	Notes N°	1999	1998
Chiffre d'affaires	1	1 513 630	1 307 394
Production stockée		-8 541	-3 005
Production immobilisée		2 523	3 674
Reprises sur provisions, amortissements et transferts de charges		5 112	3 351
Autres produits		3 924	4 982
<b>TOTAL DES PRODUITS D'EXPLOITATION</b>		<b>1 516 648</b>	<b>1 316 396</b>
Achats de matières premières et autres approvisionnements		2 190	1 188
Autres achats et charges externes		699 376	628 266
Impôts, taxes et versements assimilés		17 992	15 012
Salaires, traitements et charges sociales		651 046	559 831
Dotations aux amortissements et aux provisions		39 040	34 177
Autres charges		11 817	5 079
<b>TOTAL DES CHARGES D'EXPLOITATION</b>		<b>1 421 461</b>	<b>1 243 553</b>
<b>RÉSULTAT D'EXPLOITATION</b>		<b>95 187</b>	<b>72 843</b>
Produits financiers		1 899	2 765
<b>TOTAL DES PRODUITS FINANCIERS</b>		<b>1 899</b>	<b>2 765</b>
Charges financières		13 654	15 976
<b>TOTAL DES CHARGES FINANCIÈRES</b>		<b>13 654</b>	<b>15 976</b>
<b>RÉSULTAT FINANCIER</b>		<b>-11 755</b>	<b>-13 211</b>
<b>Résultat courant des entreprises intégrées</b>		<b>83 432</b>	<b>59 632</b>
Produits exceptionnels sur opérations de gestion		398	539
Produits exceptionnels sur opérations en capital		3 201	1 927
Reprises sur provisions et transferts de charges		2 636	569
<b>TOTAL DES PRODUITS EXCEPTIONNELS</b>		<b>6 235</b>	<b>3 035</b>
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion		29	886
Charges exceptionnelles sur opérations en capital		6 297	2 311
Dotations aux provisions et amortissements		2 696	5 271
<b>TOTAL DES CHARGES EXCEPTIONNELLES</b>		<b>9 022</b>	<b>8 468</b>
<b>RÉSULTAT EXCEPTIONNEL</b>	2	<b>-2 787</b>	<b>-5 433</b>
<b>Résultat avant impôt et participation</b>		<b>80 645</b>	<b>54 199</b>
Participation des salariés		3 311	2 356
Impôt sur les bénéfices	3	21 291	17 092
<b>Résultat après impôt et participation</b>		<b>56 044</b>	<b>34 751</b>
Quote part Résultat M.E.Q.		-4 419	
Dotations aux amort. des écarts d'acquisition et des fonds commerciaux		24 332	20 853
<b>Résultat net Total</b>		<b>27 293</b>	<b>13 898</b>
Part revenant aux intérêts minoritaires		3 865	7 091
<b>Résultat net, Part du groupe</b>		<b>23 428</b>	<b>6 807</b>
<b>RÉSULTAT NET, PART DU GROUPE</b>		<b>44 233</b>	<b>22 334</b>
Avant amortissement des écarts d'acquisition et des fonds commerciaux et leur incidence fiscale			

## Tableau des flux de trésorerie consolidé

montants en milliers de francs français	1999	1998
<b>OPÉRATIONS D'EXPLOITATION</b>		
<b>Résultat net consolidé part du groupe</b>	<b>23 428</b>	<b>6 807</b>
<b>Eléments non monétaires sans incidence sur la trésorerie</b>		
Amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles	33 006	29 749
Quote part dans le résultat des sociétés mises en équivalence	4 419	
Moins-value (plus-value) sur cession d'actifs	3 060	207
Dépréciations des écarts d'acquisition et des fonds commerciaux	24 332	20 853
Variation des autres provisions	2 450	7 286
Impôts différés	-3 290	-451
Intérêts minoritaires	3 865	7 091
Autres éléments	949	-122
<b>CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT</b>	<b>92 219</b>	<b>71 420</b>
Diminution (augmentation) des stocks	1 058	9 269
Diminution (augmentation) des créances clients	-78 081	-68 117
Diminution (augmentation) des autres créances	897	-13 076
Augmentation (diminution) des dettes fournisseurs	22 876	32 883
Augmentation (diminution) des intérêts courus sur dettes financières	-539	481
Augmentation (diminution) des autres dettes	16 319	39 724
<b>VARIATION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT</b>	<b>-37 470</b>	<b>1 164</b>
<b>FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DE L'EXPLOITATION</b>	<b>54 749</b>	<b>72 584</b>
<b>OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT</b>		
Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles (hors fonds de commerce)	-42 305	-42 024
Acquisition de fonds de commerce	-9 211	-148 193
Acquisition de titres de participation	-85 250	-911
Produits des cessions d'actifs corporels et incorporels	1 144	1 293
Produits des cessions de titres de participations	1 414	504
Diminution (augmentation) des VMP	-5 929	1 796
Diminution (augmentation) des autres immobilisations financières	-2 985	-1 033
Augmentation (diminution) des dettes fournisseurs d'immobilisation	2 758	-7 730
Impact des variations de change et de périmètre	-33 310	-3 776
<b>FLUX DE TRÉSORERIE AFFECTÉS AUX INVESTISSEMENTS</b>	<b>-173 674</b>	<b>-200 074</b>
<b>OPÉRATIONS DE FINANCEMENT</b>		
Augmentation de capital	180 600	79 990
Emission d'emprunts à long terme	119 289	106 134
Remboursement d'emprunts à long terme	-143 230	-31 847
Augmentation (diminution) des découverts bancaires et des emprunts à court terme	-25 858	4 692
Dividendes versés aux actionnaires minoritaires	-7 409	-8 599
<b>FLUX DE TRÉSORERIE AFFECTÉS AUX OPÉRATIONS DE FINANCEMENT</b>	<b>123 392</b>	<b>150 370</b>
<b>Disponibilités à l'ouverture</b>	<b>48 501</b>	<b>27 582</b>
Incidence des variations des taux de change sur les disponibilités	3 970	-1 961
<b>Variation nette des disponibilités</b>	<b>4 467</b>	<b>22 880</b>
<b>DISPONIBILITÉS À LA CLÔTURE</b>	<b>56 938</b>	<b>48 501</b>

## I. EVOLUTION DU PERIMETRE DE CONSOLIDATION

**A. Faits marquants de l'exercice**

Les principales évolutions du périmètre au cours de l'exercice 1999 ont été les suivantes :

- Acquisition de 66,67 % d'Ipsos Latin America portant la participation à 100 %.
- Acquisition de 15 % des titres de la société Ipsos Deutschland par Ipsos SA en juin 1999, ce qui porte la participation du groupe à 100%.
- Acquisition de 100 % de la société Ipsos Access Panel Holding par Ipsos SA en juin 99 et par Ipsos Access Panel Holding de 15% des titres de la société Ipsos Access Panel France, de 14% des titres des sociétés Ipsos Access Panel UK, Ipsos Access Panel Germany et Ipsos Access Panel Italy. Cela porte la participation d'Ipsos Access Panel Holding à 50% dans Ipsos Access Panel France et 49% dans Ipsos Access Panel UK, Ipsos Access Panel Germany et Ipsos Access Panel Italy. Par ces rachats, le groupe Ipsos détient 100 % des titres de ces sociétés au 31 décembre 99.
- Acquisition des actifs de la société australienne Marketing for Change par Ipsos Australia.
- Acquisition par Ipsos France de 28 % des titres de la société anonyme Espace TV Communication.
- Acquisition par Ipsos SA de 22% des titres de la société MMXI Europe BV.

**B. Périmètre de consolidation au 31 décembre 1999**

Les entreprises incluses dans le périmètre de consolidation sont les suivantes :

**Sociétés consolidées par intégration globale**

Entreprises consolidées	Forme	% d'intérêt	Pays	Adresse	N° Siren
Ipsos	SA	Société consolidante	France	99, rue de l'Abbé Groult 75 739 Paris cedex 15	304 555 634
Ipsos Access Panel Holding	Soc.Civile	100	France	99, rue de l'Abbé Groult 75 739 Paris cedex 15	401 768 908
GIE Ipsos Europe (1)	GIE	100	France	99, rue de l'Abbé Groult 75 739 Paris cedex 15	401 615 608
Ipsos France	SA	99,99	France	99, rue de l'Abbé Groult 75 739 Paris cedex 15	392 901 856
Ipsos Médias	SA	99,81	France	99, rue de l'Abbé Groult 75 739 Paris cedex 15	334 068 129
Ipsos Opinion	SA	99,62	France	99, rue de l'Abbé Groult 75 739 Paris cedex 15	317 839 959
Ipsos Régions	SARL	99,02	France	97, rue du Président Edouard Herriot 69 002 Lyon	972 509 442
Ipsos Interviews	SA	99,96	France	99, rue de l'Abbé Groult 75 739 Paris cedex 15	315 105 502
Ipsos Satisfaction de client.	SA	99,85	France	99, rue de l'Abbé Groult 75 739 Paris cedex 15	391 307 329
Gie Ipsos (2)	GIE	99,99	France	99, rue de l'Abbé Groult 75 739 Paris cedex 15	342 050 614
Ipsos Santé	SNC	100	France	99, rue de l'Abbé Groult 75 739 Paris cedex 15	333 925 824
Ipsos Music	SA	100	France	99, rue de l'Abbé Groult 75 739 Paris cedex 15	422 743 450
Ipsos-Insight Marketing	SA	99,97	France	99, rue de l'Abbé Groult 75 739 Paris cedex 15	712 047 265
Insight Marques	SARL	74,78	France	99, rue de l'Abbé Groult 75 739 Paris cedex 15	312 681 471
Stat Ipsos	SA	50,8	France	99, rue de l'Abbé Groult 75 739 Paris cedex 15	401 595 939
IMS	SA	99,98	France	132 boulevard Haussmann 75008 Paris	348 983 842
Popcorn	SNC	49,99	France	4 rue Louis Lejeune 92120 Montrouge	377 678 289
Sysprint	SARL	99,98	France	132 boulevard Haussmann 75008 Paris	384 721 346
G.S.T.	SA	99,98	France	4 rue Louis Lejeune 92120 Montrouge	334 077 146
Statiro	SA	99,83	France	4 rue Louis Lejeune 92120 Montrouge	722 022 944
IMS Développement	SARL	99,98	France	132 boulevard Haussmann 75008 Paris	387 725 245
Ipsos Access Panel France (3)	SA	99,99	France	99, rue de l'Abbé Groult 75 739 Paris cedex 15	392 901 856
Ipsos Access Panel GIE (3)	GIE	99,6	France	99, rue de l'Abbé Groult 75 739 Paris cedex 15	402 829 147
Int res	SA	82	Belgique	116, rue du Sillon 1 070 - Anderlecht	
Ipsos-RSL	Ltd Co.	100	GB	Elmgrove Road Harrow HA1 2QG	
Pricesearch	Ltd Co	100	GB	Elmgrove Road Harrow HA1 2QG	
CatiCentre	Ltd. Co	100	GB	Elmgrove Road Harrow HA1 2QG	
Ipsos-Insight	Ltd. Co	100	GB	Elmgrove Road Harrow HA1 2QG	
Ipsos Access Panel UK (3)	Ltd. Co	100	GB	Elmgrove Road Harrow HA1 2QG	
Ipsos Deutschland	GmbH	100	Allemagne	Langelohstrasse 134, 2 000 Hambourg 53	

## Suite sociétés consolidées par intégration globale

Entreprises consolidées	Forme	% d'intérêt	Pays	Adresse	N°Siren
Ipsos Phone	GmbH	100	Allemagne	Langelohstrasse 134, 2 000 Hambourg 53	
Getas Consult	GmbH	100	Allemagne	Kuuckhoffstrasse 55, 13156 Berlin	
Ipsos Access Panel Germany (3)	GmbH	100	Allemagne	Hobeluftchausee 112, 20 244 Hambourg	
Ipsos-Explorer	SRL	100	Italie	10 Via Crocefisso, 20 122 Milano	
Explorer Opérations	SRL	100	Italie	10 Via Crocefisso, 20 122 Milano	
Ipsos Access Panel Italy (3)	SRL	100	Italie	10 Via Crocefisso, 20 122 Milano	
Ipsos-Szonda	Sté hongroise	50,1	Hongrie	1081 Budapest Köztársaság tér 3	
Eco	SA	100	Espagne	Calle Alcalá, 96 28 009 Madrid	
Ipsos-Eco consulting	SA	100	Espagne	Avenida de Burgos, 12 28 036 Madrid	
Ipsos USA	Inc.	100	USA	333 W.Wacker Drive Chicago, Illinois 60611 Etats-Unis	
Ipsos America	Inc.	100	USA	263, Tresser Blvd. Stamford, CT	
Ipsos-ASI	Inc.	100	USA	263, Tresser Blvd. Stamford, CT	
Ipsos Portugal	LDA	100	Portugal	Rua Carlos Malheiro Dias, 11 1700 Lisboa	
Ipsos Latin America	BV	100	Pays-Bas	Koningslaan 34 1075 aAD Amsterdam	
Novaction Argentina	SA	100	Argentine	Conesa 2046 - Buenos Aires 1248	
Novaction Brazil	LDA	100	Brésil	Av. 9 de Juuhlo, 5017 Conj. 111 CEP 01407-200 Sao Paolo	
Novaction Mexico	SA	100	Mexique	Insurgentes Sur 933 Piso 5 mexico (DF) Colonia Naploes	
Publimentria	SA	78,2	Argentine	Conesa 2046 - Buenos Aires 1248	
Metrica Argentine	SA	81,69	Argentine	Conesa 2046 - Buenos Aires 1248	
Metrica Brazil	LDA	81,69	Brésil	Av. 9 de Juuhlo, 5017 Conj. 111 CEP 01407-200 Sao Paolo	
Metrica Mexico	SA	81,69	Mexique	Insurgentes Sur 933 Piso 5 mexico (DF) Colonia Naploes	
Ipsos-Far East		100	Hong-Kong	540 King's road. North Point	
Ipsos Australia		100	Australie	Level 2,1 Mc Laren Street, 2060 North Sydney	

## Sociétés consolidées par mise en équivalence

Entreprises consolidées	Forme	% d'intérêt	Pays	Adresse	N°Siren
Espace TV. Communication	SA	28%	France	30, rue d'Orléans, 92 200 Neuilly sur Seine	338 688 856
MMXI Europe	BV	22%	Hollande	Van Heuven Goedhartlaan 121,1181 KK AMSTELVEEN	

### Notes :

(1) Le GIE Ipsos Europe, structure sans capital prend en charge la gestion de projets européens au service exclusif de ses membres, qui en assurent le fonctionnement. Les membres, tous à égalité, sont au 31 décembre 1999 : Ipsos Médias, Ipsos Opinion, Ipsos Interviews, Ipsos Régions, Ipsos France, Ipsos Satisfaction de clientèle, Ipsos Insight Marketing, Insight Marques, Int res Ipsos RSL, Ipsos Deutschland, Ipsos Explorer, Ipsos Eco Consulting, Ipsos Portugal. Les règles de fonctionnement du GIE sont telles qu'il ne dégage ni bénéfice, ni perte.

(2) Le GIE Ipsos, structure sans capital prend en charge la fonction financière au service exclusif de ses membres, qui en assurent le fonctionnement. Les membres, tous à égalité, sont au 31 décembre 1999 : Ipsos, GIE Ipsos Europe, Ipsos Médias, Ipsos Opinion, Ipsos Interviews, Ipsos Régions, Ipsos France, Ipsos Satisfaction de clientèle, Ipsos-Insight Marketing, Insight Marques, Ipsos Music. Les règles de fonctionnement du GIE sont telles qu'il ne dégage ni bénéfice, ni perte.

(3) Ipsos Access Panel France, Ipsos Access Panel Germany, Ipsos Access Panel UK, Ipsos Access Panel Italie et Ipsos Access Panel GIE sont consolidés à compter du 1er juillet 1999 par intégration globale et par intégration proportionnelle avant cette date.

## II. PRINCIPES COMPTABLES ET METHODES D'EVALUATION

Les comptes consolidés sont établis en conformité avec la loi du 3 janvier 1985 ainsi qu'avec le décret d'application du 17 février 1986. Ils sont établis de façon homogène et selon les mêmes règles que l'exercice précédent. Tous les montants sont exprimés en milliers de francs.

### ***A. Principes de consolidation***

#### ***Méthode de consolidation***

Les sociétés contrôlées de manière exclusive par le groupe sont consolidées par intégration globale. Les comptes sont pris à 100 %, poste par poste, avec constatation des droits des actionnaires minoritaires.

Les sociétés contrôlées conjointement par le groupe sont consolidées par intégration proportionnelle. Les comptes sont pris, poste par poste, au pourcentage détenu par le groupe.

#### ***Date de première consolidation***

Les sociétés entrant dans le périmètre en cours d'année sont consolidées à partir de leur date d'acquisition si elles disposent d'une situation comptable à cette date, ou à défaut à partir de leur dernière situation connue.

#### ***Durée des exercices comptables et date de clôture***

Les comptes consolidés couvrent une période de 12 mois allant du 1er janvier au 31 décembre 1999. Toutes les sociétés arrêtent leurs comptes au 31 décembre.

#### ***Ecart de première consolidation***

L'écart de première consolidation représente l'excédent du coût d'acquisition des titres des sociétés consolidées sur la quote-part d'actif net comptable à la date d'acquisition. Cet écart est analysé et affecté, s'il y a lieu, sur les postes d'actif, le solde étant porté en écart d'acquisition.

Les écarts d'acquisition sont amortis sur une durée maximale de 20 ans. Des durées inférieures ont été retenues pour ceux apportés par la société Insight Marketing lors de son entrée dans le groupe Ipsos, concernant les sociétés Insight Marques et Intres, amortis sur une durée de 7 ans et, pour ceux apportés par la société GST, amortis sur une durée de 7 à 10 ans.

Les écarts d'acquisition font l'objet d'une évaluation globale à chaque clôture, fondée principalement sur les niveaux d'activité, la rentabilité passée ou prévisible, ainsi que les facteurs économiques, financiers ou sectoriels.

#### ***Conversion des comptes des filiales étrangères***

La méthode utilisée est celle du taux de clôture pour les valeurs de bilan (hors les capitaux maintenus au coût historique), et celle du taux moyen pour le compte de résultat. Le résultat dans les capitaux propres est au taux moyen, l'écart avec le taux de clôture faisant partie des réserves consolidées.

Les taux de change moyens utilisés pour les principales devises sont les suivants :

	1999	1998
USD	6,154733	5,8964
GBP	9,957823	9,7699
DEM	3,353860	3,3525
ESP	0,039424	0,03948
ITL (1000)	3,388	3,396

#### ***Opérations et comptes réciproques***

Les soldes au 31 décembre des comptes de créances et de dettes entre sociétés du groupe, les charges et les produits réciproques entre entreprise intégrées ainsi que les opérations intra-groupe telles que paiements de dividendes, plus ou moins value de cession, dotations ou reprises de provisions pour dépréciation de titres consolidés, ou de prêts à des sociétés du groupe, marges internes sont éliminés en tenant compte de leur effet sur le résultat et l'impôt différé effectif.

## **B. Règles comptables et méthodes d'évaluation**

### ***Immobilisations incorporelles***

Les immobilisations incorporelles figurent au bilan à leur coût d'acquisition. Il s'agit :

- de frais d'établissement.
- de logiciels informatiques et assimilés. La durée d'amortissement retenue est de 1 an à 5 ans.
- de fonds commerciaux. La durée d'amortissement retenue, identique à celle des écarts d'acquisition, est de 3 à 20 ans.

### ***Immobilisations corporelles***

Les immobilisations corporelles sont évaluées à leur coût d'acquisition.

Les immobilisations corporelles sont regroupées sur une ligne, elles sont composées d'agencements et d'installations, de matériel de bureau et informatique, de mobilier de bureau et de matériel de transport.

Les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire, appliqué aux durées d'utilisation estimées :

- agencements et installations	2 à 11 ans
- matériel de bureau et informatique	2 à 10 ans
- mobilier de bureau	3 à 10 ans
- matériel de transport	2 à 5 ans

La valeur des immobilisations en crédit-bail est inscrite à l'actif ; ces immobilisations sont amorties selon la méthode décrite ci-dessus. La dette financière correspondante figure au passif.

### ***Immobilisations financières***

Les immobilisations financières sont évaluées à leur coût d'acquisition.

Les titres de participation font l'objet d'une provision pour dépréciation si leur valeur d'usage s'avère inférieure à leur valeur comptable.

### ***Stocks et travaux en cours***

La valeur brute des marchandises et des approvisionnements comprend le prix d'achat et les frais accessoires.

Les travaux en cours sont évalués en tenant compte des seules dépenses directement imputables aux études non terminées à la clôture.

### ***Créances***

Les créances sont valorisées à leur valeur nominale. Une provision pour dépréciation est pratiquée au cas par cas, après analyse menée dans le cadre du processus régulier de recouvrement des créances mis en place.

### ***Valeurs mobilières de placement***

Les valeurs mobilières de placement sont évaluées au bilan pour leur coût d'acquisition, ou leur valeur de marché si celle-ci est inférieure.

### ***Provisions pour risques et charges***

Les provisions pour risques et charges sont essentiellement composées des provisions pour retraite.

Les engagements de retraite des sociétés anglaises du groupe sont externalisés. Elles sont comptabilisées en dettes fiscales et sociales et en charges de personnel.

### ***Impôts différés***

La méthode utilisée pour la constatation des impositions différées est celle du report variable.

Les décalages temporaires d'imposition et les retraitements de consolidation donnent lieu à constatation d'impôts différés.

Les impôts différés relatifs aux déficits fiscaux reportables ne sont comptabilisés que lorsqu'il existe une certitude quant à leur récupération.

Aucun impôt différé actif n'a été constaté sur les provisions pour retraite des sociétés françaises car l'échéance est lointaine (plus de 5 ans).

### III. NOTES SUR LES PRINCIPAUX POSTES DU BILAN ET DU COMPTE DE RESULTAT

#### A. Notes sur le bilan

##### Note 1 - Immobilisations incorporelles et corporelles

##### Mouvements de l'exercice

	Valeurs brutes au début de l'exercice	Augmentations	Diminutions	Reclassements et mouvements divers	Variations de périmètre et de change	Valeurs brutes à la fin de l'exercice
<b>Immobilisations incorporelles</b>						
Frais d'établissement	603	835	384		158	1 212
Frais de recherche	2 515	154	2 651			18
Autres immo. incorporelles	46 600	17 256	3 339	407	5 262	66 186
Fonds commerciaux	163 949	9 211			21 297	194 457
<b>TOTAL</b>	<b>213 667</b>	<b>27 456</b>	<b>6 374</b>	<b>407</b>	<b>26 717</b>	<b>261 873</b>
<b>Ecarts d'acquisition</b>	<b>257 251</b>	<b>47 656</b>			<b>95</b>	<b>305 002</b>
<b>Immobilisations corporelles</b>						
	<b>141 943</b>	<b>25 927</b>	<b>7 674</b>	<b>377</b>	<b>9 978</b>	<b>170 551</b>
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>612 861</b>	<b>101 039</b>	<b>14 048</b>	<b>784</b>	<b>36 790</b>	<b>737 426</b>

##### Amortissements

	Amort. et prov. au début de l'exercice	Augmentations	Diminutions	Reclassements et mouvements divers	Variations de périmètre et de change	Amort. et prov. à la fin de l'exercice
<b>Immobilisations incorporelles</b>						
Frais d'établissement	519	84	37	-347	10	229
Frais de recherche	266	510	776			0
Autres immo. incorporelles	24 396	9 156	3 033		2 562	33 081
Fonds commerciaux	16 537	9 283			487	26 307
<b>TOTAL</b>	<b>41 718</b>	<b>19 033</b>	<b>3 846</b>	<b>-347</b>	<b>3 059</b>	<b>59 617</b>
<b>Ecarts d'acquisition</b>	<b>56 307</b>	<b>14 711</b>			<b>19</b>	<b>71 038</b>
<b>Immobilisations corporelles</b>						
	<b>91 578</b>	<b>25 367</b>	<b>6 123</b>	<b>-60</b>	<b>6 445</b>	<b>117 207</b>
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>189 603</b>	<b>59 111</b>	<b>9 969</b>	<b>-407</b>	<b>9 523</b>	<b>247 862</b>

##### Détail des écarts d'acquisition par zone géographique

Zones	Montant brut	Amortissements	Montant net
France	49 735	14 054	35 681
Europe hors France	159 742	47 521	112 221
Amérique Latine	95 525	9 463	86 062
<b>TOTAL</b>	<b>305 002</b>	<b>71 038</b>	<b>233 964</b>

##### Détail des fonds commerciaux par zone géographique

Zones	Montant brut	Amortissements	Montant net
France	2 451	530	1 921
Europe hors France	10 685	9 283	1 402
Australie	9 209	0	9 209
Amérique du Nord	172 112	16 494	155 618
<b>TOTAL</b>	<b>194 457</b>	<b>26 307</b>	<b>168 150</b>

## Note 2 - Immobilisations financières

	Valeurs brutes au début de l'exercice	Augmentations	Diminutions	Mouvements	Variations de périmètre et écart de change	Valeurs brutes à la fin de l'exercice
Titres de participation non consolidés	2 779	893	2 405		2	1 269
Titres mis en équivalence	366		221	1 350		1 495
<b>SOUS TOTAL</b>	<b>3 145</b>	<b>893</b>	<b>2 626</b>	<b>1 350</b>	<b>2</b>	<b>2 764</b>
Créances rattachées à des participations	2 295	1 196		251	-2 295	1 447
Prêts	304	283	259			328
Autres	6 234	483	393	136	106	6 566
<b>SOUS TOTAL</b>	<b>8 833</b>	<b>1 962</b>	<b>652</b>	<b>387</b>	<b>-2 189</b>	<b>8 341</b>
<b>TOTAL</b>	<b>11 978</b>	<b>2 855</b>	<b>3 278</b>	<b>1 737</b>	<b>-2 187</b>	<b>11 105</b>

### Titres de participation non consolidés :

Les participations dont la consolidation n'aurait pas d'incidence significative ne sont pas consolidées (sociétés détenues à moins de 20% ou sans activité).

	% d'intérêt	Valeur brute	Dépréciation	Valeur nette	
Marketing Consult	100%	32	15	17	Hongrie
Getas Irwik *	59,54%	82		82	Pologne
Ifes		167		167	Allemagne
Stat Liban	5%	60		60	Liban
Stat Syrie	49%	34		34	Syrie
Stat Kuwait	49%	98		98	Koweït
Stat Emirates	40%	523		523	Emirats Arabes Unis
AGB Stat Ipsos	30%	272		272	Liban
* Titres déconsolidés		1 269	15	1 254	

## Note 3 - Comptes de régularisation actif et passif

	au 31/12/99	au 31/12/98
<b>Comptes de régularisation actif</b>		
Charges constatées d'avance	18 125	14 904
Charges à répartir	1 713	794
Ecart de conversion actif	462	203
Impôts différés	6 733	2 961
Autres		31
	<b>27 033</b>	<b>18 893</b>
<b>Comptes de régularisation passif</b>		
Produits constatés d'avance	23 303	21 614
Ecart de conversion passif	1 665	110
	<b>24 968</b>	<b>21 724</b>

#### Note 4 - Variation des capitaux propres

Rubriques	Capitaux propres		
	Groupe	Minoritaires	Total
Capitaux propres à la clôture de l'exercice clos le 31/12/98 (hors résultat et écarts de conversion)	177 662	58 171	235 833
Écarts de conversion antérieurs*	-10 142	-1 580	-11 722
Résultat de l'exercice clos le 31/12/98	6 807	7 091	13 898
<b>CAPITAUX PROPRES À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE CLOS LE 31/12/98</b>	<b>174 327</b>	<b>63 682</b>	<b>238 009</b>
Augmentation de capital	160 609		160 609
Conversion de l'emprunt obligataire	19 997		19 997
Distribution de dividendes		-2 260	-2 260
Modification du périmètre de consolidation		-57 678	-57 678
Écarts de conversion créés au titre de l'exercice 1999*	16 680	44	16 724
Résultat de l'exercice clos le 31/12/99	23 428	3 865	27 293
<b>CAPITAUX PROPRES À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE CLOS LE 31/12/99</b>	<b>395 041</b>	<b>7 653</b>	<b>402 694</b>
* dont écarts de conversion figés au 31 décembre 1999 relatifs aux filiales étrangères situées dans les pays de l'Union Economique et Monétaire	-2 916	2	-2 914

Au 31 décembre 1999, le capital social est composé de 5 234 680 actions au nominal de 5 francs.

#### Note 5 - Provisions

Nature des provisions	Montant au début de l'exercice	Augmentations de l'exercice	Diminutions de l'exercice	Variations de périmètre	Variations de change	Montant à la fin de l'exercice
<b>Provisions pour risques et charges</b>						
Risques et charges	6 152	3 562	402	1 507		10 819
Retraite	18 357	3 454	2 335	213	115	19 804
<b>SOUS-TOTAL</b>	<b>24 509</b>	<b>7 016</b>	<b>2 737</b>	<b>1 720</b>	<b>115</b>	<b>30 623</b>
<b>Provisions inscrites à l'actif</b>						
Provision sur comptes clients	6 158	926	742		327	6 669
Prov. pour autre actif circulant	1 203	717	453		137	1 604
Prov. pour actif immobilisé	2 229		2 214			15
<b>SOUS-TOTAL</b>	<b>9 591</b>	<b>1 643</b>	<b>3 409</b>	<b>0</b>	<b>464</b>	<b>8 289</b>
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>34 100</b>	<b>8 659</b>	<b>6 146</b>	<b>1 720</b>	<b>579</b>	<b>38 912</b>
Dont dotations et reprises :						
- Exploitation		2 558				
- Financières		-105				
- Exceptionnelles		60				

#### Note 6 - Conversion de l'emprunt obligataire convertible

Un emprunt obligataire avait été émis le 24 juillet 1992. Le 31 mai 1999, la société a procédé à la conversion des obligations en actions.

La conversion a donné droit à 386 800 actions de valeur nominale de 5 francs.

**Note 7 - Emprunts et dettes financières**

	Solde au 31/12/99	Echéance		
		inf. à un an	entre 1 et 5 ans	sup. à 5 ans
<b>Dettes financières</b>				
Emprunts auprès des établissements de crédit *	190 272	69 896	120 376	
Autres dettes financières	4 092	4 092		
Intérêts courus sur dettes financières	498	498		
Concours bancaires courants	27 052	27 052		
<b>TOTAL A</b>	<b>221 914</b>	<b>101 538</b>	<b>120 376</b>	<b>0</b>
<b>Trésorerie active</b>				
Disponibilités	56 938	56 938		
Valeurs mobilières de placement	7 621	7 621		
<b>TOTAL B</b>	<b>64 559</b>	<b>64 559</b>		
<b>ENDETTEMENT NET ( A - B )</b>	<b>157 355</b>	<b>36 979</b>	<b>120 376</b>	<b>0</b>

\* La répartition des emprunts auprès des établissements de crédit entre taux fixe et taux variable et par devise est la suivante :

Emprunts contractés auprès des établissements de crédit en milliers de francs français	Solde au 31/12/99	Taux fixe	Taux variable
En dollars américains (USD)	96 063	0	96 063
En francs belges (BEF)	609	0	609
En francs français (FRF)	84 243	18 698	65 545
En dollars australiens (AUD)	9 357	0	9 357
	<b>190 272</b>	<b>18 698</b>	<b>171 574</b>

Les dettes financières étant libellées dans la devise du pays où elles ont été contractées, elles n'engendrent pas de risque de change.

**Note 8 - Echéance des créances et des autres dettes**

Rubriques	Montants bruts	à moins d'un an	à plus d'un an
<b>Créances</b>			
Clients et comptes rattachés	386 016	386 016	0
Autres créances	49 526	49 526	0
<b>TOTAL DES CRÉANCES</b>	<b>435 542</b>	<b>435 542</b>	<b>0</b>
<b>Autres Dettes</b>			
Fournisseurs, avances et acomptes	80 681	80 681	0
Fournisseurs et comptes rattachés	155 175	155 175	0
Autres dettes fiscales et sociales	161 000	159 485	1 515
Autres dettes	22 422	22 422	0
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	3 216	3 216	0
<b>TOTAL DES AUTRES DETTES</b>	<b>422 494</b>	<b>420 979</b>	<b>1 515</b>

## **B. Notes sur le compte de résultat**

### **Le compte de résultat analytique**

Au travers du compte de résultat analytique présenté ci-dessous, les notions de coûts directs et de marge brute, auxquelles la profession des sociétés d'études a généralement recours, sont dégagées.

La notion de coûts directs permet de regrouper les coûts externes de collecte et de production des données d'enquête, et notamment le coût des enquêteurs. Dans certains pays, les enquêteurs ont des statuts de salariés ; leur rémunération est alors incluse dans le poste "Salaires, traitements et charges sociales" du compte de résultat consolidé statutaire, tandis que dans les autres pays elle fait partie des "Autres achats et charges externes".

Dans le compte de résultat analytique, les charges de personnel sont constituées par les rémunérations versées au personnel permanent (chargés d'études, responsables de la production, personnel administratif et dirigeants).

montants en milliers de francs français	Notes N°	1999	1998
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>1</b>	<b>1 513 630</b>	<b>1 307 394</b>
Coûts directs		678 075	583 921
<b>MARGE BRUTE</b>		<b>835 555</b>	<b>723 473</b>
Charges de personnel		503 893	428 909
Charges générales d'exploitation		235 789	217 494
Autres charges et produits, nets		686	4 227
<b>TOTAL DES CHARGES D'EXPLOITATION</b>		<b>740 368</b>	<b>650 630</b>
<b>RÉSULTAT D'EXPLOITATION</b>		<b>95 187</b>	<b>72 843</b>
Résultat financier		-11 755	-13 211
Résultat exceptionnel	2	-2 787	-5 433
<b>Résultat avant impôt et participation des salariés</b>		<b>80 645</b>	<b>54 199</b>
Participation des salariés		3 311	2 356
Impôt sur les bénéfices	3	21 291	17 092
<b>Résultat après impôt et participation des salariés</b>		<b>56 043</b>	<b>34 751</b>
Quote part des résultats des sociétés mises en équivalence		-4 419	
Amortissement des écarts d'acquisition et des fonds commerciaux		24 332	20 853
<b>Résultat net Total</b>		<b>27 292</b>	<b>13 898</b>
Part revenant aux intérêts minoritaires		3 865	7 091
Résultat net, Part du groupe		23 428	6 807
<b>RÉSULTAT NET, PART DU GROUPE</b>		<b>44 233</b>	<b>22 334</b>
Avant amortissement des écarts d'acquisition et des fonds commerciaux et leur incidence fiscale			

**Note 1 - Chiffre d'affaires**

<b>Par zone</b>	<b>1999</b>	<b>1998</b>
<b>Sociétés intégrées globalement</b>		
France	434 452	375 121
Grande - Bretagne	324 577	262 832
Allemagne	168 167	165 103
Italie	95 724	102 313
Espagne	97 314	78 171
Hongrie	18 165	18 174
Belgique	12 633	8 924
Portugal	4 154	4 381
Etats Unis	207 045	167 970
Amérique latine	140 918	124 405
Australie	8 967	0
Asie	1 514	0
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL</b>	<b>1 513 630</b>	<b>1 307 394</b>

<b>Par secteur d'activité</b>	<b>1999</b>	<b>1998</b>
Marketing	605 452	575 253
Mesure de l'efficacité publicitaire	423 816	326 849
Médias	242 181	183 035
Opinion et recherche sociale	75 682	91 518
Qualité et Satisfaction de clientèle	136 227	104 592
Autre	30 273	26 148
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL</b>	<b>1 513 630</b>	<b>1 307 394</b>

**Note 2 - Résultat exceptionnel**

	<b>1999</b>
Plus value sur cession de titres non consolidés	981
Provision complémentaire sur litige Ipsos Interviews	-1 945
Sortie d'immobilisation incorporelle	-1 875
Autres	82
<b>TOTAL RÉSULTAT EXCEPTIONNEL</b>	<b>-2 757</b>

### Note 3 - Impôt sur les bénéfices

	1999
Les impôts sur les bénéfices pris en charge par le groupe, s'élèvent à :	
<b>Impôts exigibles</b>	<b>24 926</b>
<b>Variation des impositions différées</b>	
Différences temporaires d'imposition actif :	-1 793
Report déficitaire :	-1 733
Différences temporaires liées aux retraitements de consolidation :	-109
<b>Sous-total</b>	<b>-3 635</b>
<b>SOIT UNE CHARGE NETTE POUR LE GROUPE DE</b>	<b>21 291</b>

#### Impôts exigibles

Les impôts exigibles tiennent compte de la déductibilité des frais d'introduction en bourse s'élevant à 20,8 millions de francs, qui ont été comptabilisés en diminution de la primes d'émission.

#### Intégration fiscale des sociétés françaises :

En vertu d'une adhésion, pour une durée de 5 exercices, en date du 21 décembre 1997, le groupe fiscal suivant a été formé :

- Société "tête de groupe fiscal" : Ipsos,
- Filiales intégrées fiscalement : Ipsos Médias, Ipsos Opinion, Ipsos Interviews, Ipsos France, Insight Marketing, Ipsos Satisfaction de clientèle, IMS SA, GST, Statiro, Sysprint, IMS Développement.

Ainsi donc le résultat d'ensemble des sociétés incluses dans ce périmètre fiscal, fait-il l'objet d'une imposition unique (impôt sur les sociétés), au titre de l'exercice 1999.

## IV. INFORMATIONS DIVERSES

### 1. Informations en Euros

La monnaie unique ayant été introduite au 1er janvier 1999, le franc n'est plus qu'une subdivision de l'Euro. Les éléments de bilan et de compte de résultat consolidés présentés ci-après ont été établis en convertissant les soldes en francs français des exercices 1998 et 1999 avec le taux de conversion officiel de l'Euro contre Franc de 6,55957.

#### Bilan consolidé en milliers d'Euros

montants en milliers d'Euros	31/12/1999	31/12/1998
<b>ACTIF IMMOBILISÉ</b>		
Immobilisations incorporelles et corporelles	38 966	33 892
Ecarts d'acquisition	35 668	30 634
Immobilisations financières	1 691	1 430
<b>ACTIF CIRCULANT</b>		
Clients et comptes rattachés	57 831	45 622
Trésorerie	9 836	7 573
En cours et autres créances	24 114	21 735
<b>TOTAL DE L'ACTIF</b>	<b>168 104</b>	<b>140 886</b>

montants en milliers d'Euros	31/12/1999	31/12/1998
<b>CAPITAUX PROPRES</b>		
Capitaux propres, Part groupe	60 224	26 576
Intérêts minoritaires	1 167	9 708
	61 390	36 284
Provisions pour risques et charges	4 668	3 736
Emprunts obligataires	0	3 049
Autres dettes financières	33 831	36 932
Autres dettes	68 215	60 884
<b>TOTAL DU PASSIF</b>	<b>168 104</b>	<b>140 886</b>

#### Eléments du compte de résultat consolidé en milliers d'Euros

montants en milliers d'Euros	1999	1998
Chiffre d'affaires	230 751	199 311
Résultat d'exploitation	14 511	11 105
Résultat avant impôt et participation des salariés	12 294	8 263
Résultat net Total	4 161	2 119
Résultat net, Part du groupe	3 572	1 038
Résultat net, Part du groupe avant amortissement des écarts d'acquisition et des fonds commerciaux et leur incidence fiscale	6 743	3 405

### 2. Adaptation à l'Euro.

Le groupe a commencé à travailler sur le passage à l'Euro dans le cadre de la mise en place d'un nouveau système d'information et de gestion intégrée. Depuis le 1er janvier 1999, Ipsos a choisi de pouvoir traiter en Euros avec les clients et les fournisseurs qui le demandent, même si le groupe souhaite dans la mesure du possible conserver pour le moment les devises nationales dans les transactions commerciales. Pour ce faire, il a été choisi de traiter l'Euro comme une devise supplémentaire.

Le groupe envisage de privilégier l'Euro comme monnaie de transaction à partir du 1er janvier 2001 au plus tôt car l'Euro serait alors introduit comme unité de compte du groupe ; la tenue de la comptabilité générale et analytique des pays de l'U.E.M. devrait basculer en Euro en parallèle. Au plus tard, le basculement interviendra au 1er janvier 2002.

### **3. Engagements hors bilan**

Les engagements hors bilan du groupe au 31 décembre 1999 sont les suivants, en milliers de francs français :

Cautions données en faveur d'établissements de crédit pour des filiales	80 417
Cautions données en faveur de sociétés de locations de bureau pour des filiales	14 899
Complément de prix à verser suite au rachat des deux-tiers des titres Ipsos Latin America	13 059

### **4. Litiges**

#### ***Ipsos/Ipsos Insight Marketing***

RSC a intenté une action fin 1996 dans l'Etat de l'Indiana contre Ipsos et Ipsos Insight Marketing alléguant une utilisation par ces dernières d'informations confidentielles ou de secrets commerciaux relatifs au produit ARS Persuasion de rsc transmis par elle au titre de contrats de confidentialité respectivement signés en septembre 1990 par Ipsos Insight Marketing et en décembre 1990 par Ipsos.

La procédure de " discovery " initiée a pour but de mettre à la disposition des avocats de chaque partie les éléments permettant de vérifier les allégations de rsc. Ipsos a fourni les documents demandés dans le cadre de cette procédure. RSC fait montre depuis 1996 d'une forte réticence à fournir au juge les documents ou les réponses pouvant étayer ses allégations.

La position de Ipsos est relativement forte compte tenu de la réticence de RSC à fournir la documentation requise et ce en contradiction avec les décisions prises par le juge. La procédure de " discovery " touche à sa fin et aboutira en avril 2000 à un procès.

RSC a intenté une nouvelle action en 1999 dans l'Etat de l'Ohio contre Ipsos ASI alléguant que le produit Next de Ipsos ASI contrefait le produit ARS Persuasion de RSC, sans solliciter de décision de la part du juge ni justifier ses dires.

#### ***Participation des salariés de la société Ipsos Interviews***

En 1998, la direction générale d'Ipsos Interviews a été saisie par le comité d'entreprise d'une demande d'information concernant l'application de la participation des salariés pour les exercices antérieurs à 1997, année à partir de laquelle un accord de participation a été conclu.

Après examen, il avait été décidé de passer une provision pour risques et charges de cinq millions de francs dans les comptes de la société Ipsos Interviews correspondant à l'estimation du risque financier pour la société au 31 décembre 1998. En 1999, des discussions ont eu lieu avec le comité d'entreprise d'Ipsos Interviews à cet égard. Une dotation exceptionnelle complémentaire de 1,9 millions de francs a été comptabilisée et correspond au risque maximal encouru sur ce litige.

#### ***Autres litiges***

Le groupe n'est pas engagé dans d'autres litiges significatifs.

### **5. Effectifs**

<b>Sociétés intégrées globalement</b>	<b>Effectifs moyens Permanents</b>
Ipsos sa & GIE Ipsos Europe	20
France	447
Belgique	12
Italie	106
Allemagne	187
Hongrie	57
Grande Bretagne	339
Espagne	167
Portugal	13
Australie	8
USA	204
Argentine	71
Bésil	16
Mexique	34
<b>TOTAL</b>	<b>1 681</b>

## 6. Rémunérations versées aux dirigeants

Rémunérations allouées aux membres (en KF)	Rémunérations	Jetons de présence
Des organes d'administration, de direction et de surveillance	14 246	
<b>TOTAL</b>	<b>14 246</b>	<b>0</b>

Il s'agit de la rémunération versée aux 7 membres du Comité exécutif.

## 7. Options de souscription d'actions

En 1998, le Groupe a décidé de mettre en place un plan d'options de souscription d'actions au bénéfice de l'ensemble des cadres dirigeants du Groupe. Deux tranches ont été allouées, la première le 28 juillet 1998 et la seconde le 10 mai 1999.

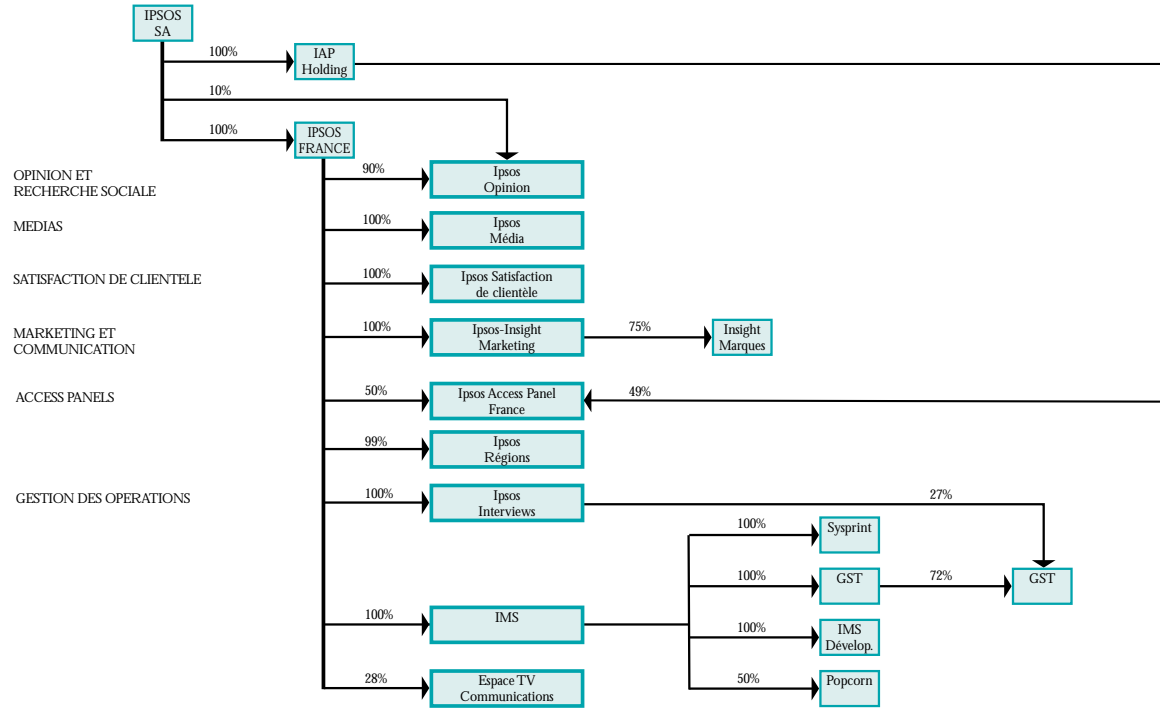
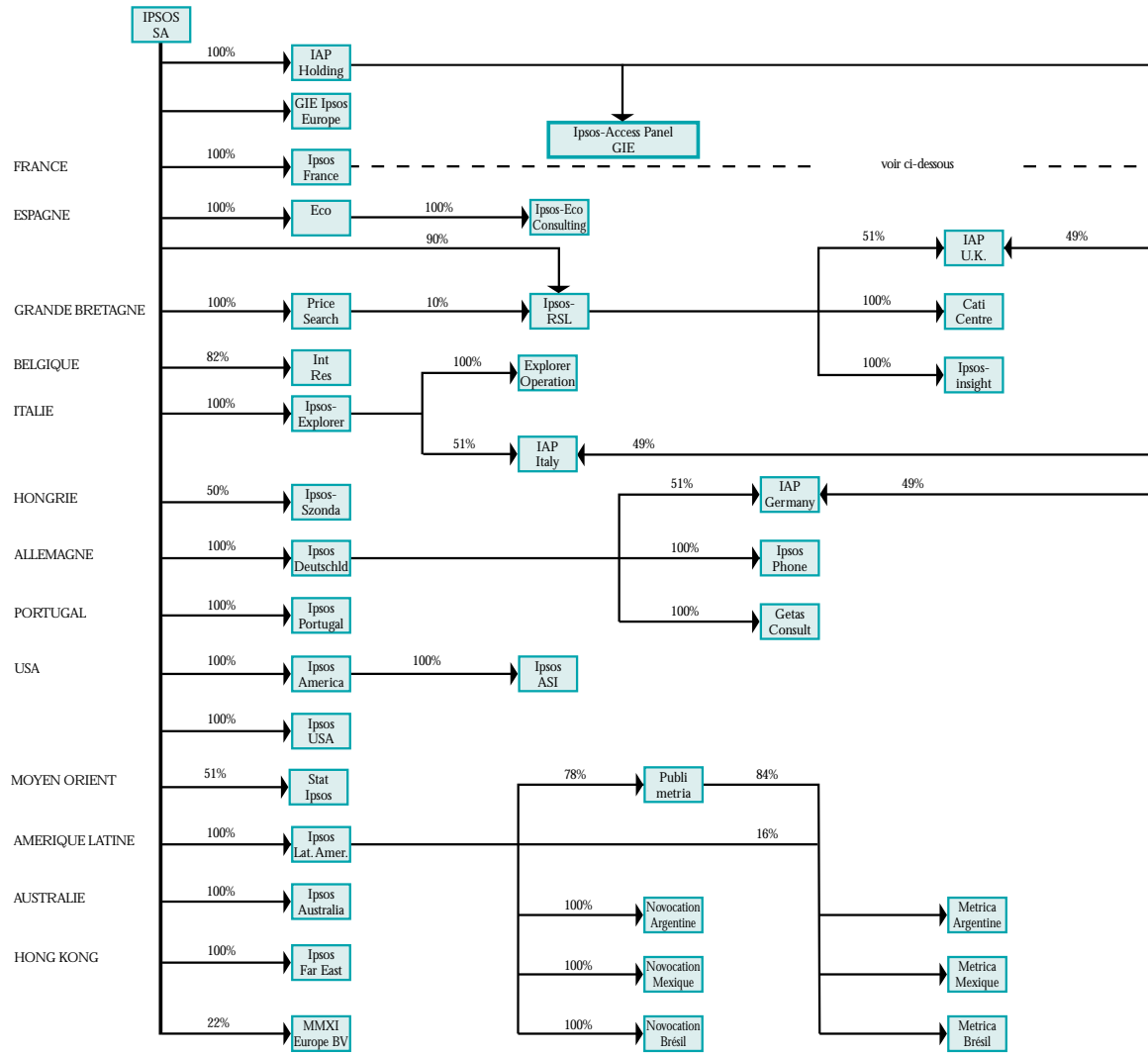
Date d'allocation par le CA aux bénéficiaires	28/07/98	10/05/99
Nombre d'options attribuées initialement par le CA	97 662	98 236
	2,47 % du capital à la date d'attribution	2,48 % du capital à la date d'attribution
Nombre de personnes concernées	57	83
Point de départ d'exercice des options	28/07/2003	10/05/2004
Date d'expiration de la période de levée d'options	28/07/2008	28/07/2008
Prix de souscription	135 F	150 F
Nombre d'options restant en vigueur au 31 décembre 1999	91 578	92 374

## 8. Données par action

Données par action	1999		1998	
	TOTAL (en KF)	Par ACTION (en FF)	TOTAL (en KF)	Par ACTION (en FF)
Résultat avant impôt, Part du groupe	74 305	15,94	37 965	9,71
Résultat net, Part du groupe	44 233	9,49	22 334	5,71
Avant amortissement des écarts d'acquisition et des fonds commerciaux et leur incidence fiscale				
Résultat net global, Part du groupe	23 428	5,03	6 807	1,74

Le nombre moyen pondéré d'actions utilisé pour le calcul des résultats par action 1998 et 1999 est avant toute dilution liée à la conversion des options de souscription d'actions et prend en compte la division par deux du nominal, intervenue le 31 mai 1999.

## 9. Organigramme



## 4.2 COMPTES SOCIAUX IPSOS AU 31 DECEMBRE 1999

### 4.2.1 RAPPORT GÉNÉRAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

Mesdames,  
Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre assemblée générale, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 décembre 1999, sur :

- le contrôle des comptes annuels de la société Ipsos S.A. établis en francs tels qu'ils sont joints au présent rapport,
- les vérifications spécifiques et les informations prévues par la loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par votre Conseil d'administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

#### I.- OPINION SUR LES COMPTES ANNUELS

Nous avons effectué votre audit selon les normes de la profession ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes annuels sont réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

#### II.- VERIFICATIONS ET INFORMATIONS SPECIFIQUES

Nous avons également procédé, conformément aux normes de la profession, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du conseil d'administration et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels.

En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives aux prises de participation et de contrôle et à l'identité des détenteurs du capital vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Fait à Paris, le 25 avril 2000

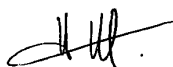
Les Commissaires aux Comptes

COGERCO FLIPO



Francis Pons

JPA



Danielle Bardreau-Gilbert

ERNST & YOUNG Audit



Gabriel Galet

  
Jacques Potdevin

## 4.2.2 COMPTES SOCIAUX AU 31 DÉCEMBRE 1999

### Note préliminaire

Le bilan de 12 mois clos le 31 décembre 1999 et présenté avant répartition du résultat net totalise 500 647 487 francs.

Le compte de résultat de l'exercice présenté sous forme de liste dégage un bénéfice de 23 263 157 francs.

Les notes (ou les tableaux) ci-après, font partie intégrante des comptes annuels établis le 31 décembre 1999.

Les évènements significatifs intervenus au cours de l'exercice 1999 sont les suivants :

- Le 1er juillet 1999, Ipsos SA a été introduit au nouveau marché de la Bourse de Paris.
- Ipsos SA a augmenté son capital en 1999
  - par conversion d'obligations,
  - par augmentation de capital réservée aux détenteurs d'obligations,
  - par émission d'actions sur le nouveau marché.
- le nombre de titres composant le capital a été multiplié par 2 suite à la division du nominal des actions par le même chiffre, portant ainsi le nominal des actions de 10 à 5 francs.
- les différentes acquisitions de titres de participations de l'année 1999 sont les suivantes :
  - Acquisition de 15% des titres de la société Ipsos Deutschland par Ipsos SA en juin 1999, ce qui porte la participation du groupe à 100%.
  - Acquisition de 100% de la société Ipsos Access Panel Holding par Ipsos SA au 30 juin 99.
  - Acquisition de 66,67% d'Ipsos Latin America portant la participation à 100%.
  - Acquisition par Ipsos SA de 22% des titres de la société MMXI Europe BV.

## ***Bilan***

<b>Actif</b> montants en francs français	<b>au 31 décembre 1999</b>			<b>Net au</b>
	<b>Brut</b>	<b>Amortissement et provisions</b>	<b>Net</b>	<b>31/12/98</b>
Capital souscrit non appelé				
<b><i>Immobilisations incorporelles</i></b>				
Frais d'établissement				
Frais de recherche et développement				
Concessions, brevets et droits similaires	807 074	174 022	633 052	333 520
Fonds commercial				
Autres immobilisations incorporelles				
Avances, acomptes sur immo, incorporelles				
<b><i>Immobilisations corporelles</i></b>				
Terrains				
Constructions				
Installations techniques, matériel, outillage				
Autres immobilisations corporelles	353 585	243 891	109 694	125 092
Immobilisations en cours				
Avances et acomptes				
<b><i>Immobilisations financières</i></b>				
Participations par mise en équivalence				
Autres participations	420 144 787	569 815	419 574 972	325 064 878
Créances rattachées à des participations	28 260 948	1 315 618	26 945 330	5 616 050
Autres titres immobilisés				
Prêts				
Autres immobilisations financières	21 591		21 591	40 776
<b>ACTIF IMMOBILISE</b>	<b>449 587 985</b>	<b>2 303 347</b>	<b>447 284 638</b>	<b>331 180 316</b>
<b><i>Stocks et en cours</i></b>				
Matières premières, approvisionnements				
En-cours de production de biens				
En-cours de production de services				
Produits intermédiaires et finis				
Marchandises				
Avances et acomptes versés sur commande				
<b><i>Créances</i></b>				
Créances clients et comptes rattachés	10 348 004		10 348 004	3 619 856
Autres créances	41 521 562	80 878	41 440 684	5 988 820
Capital souscrit et appelé, non versé				
<b><i>Divers</i></b>				
Valeurs mobilières de placement (dont actions propres :)	1 520		1 520	1 520
Disponibilités	113 025		113 025	11 681
<b><i>Comptes de régularisation</i></b>				
Charges constatées d'avance	421 002		421 002	210 037
<b>ACTIF CIRCULANT</b>	<b>52 405 113</b>	<b>80 878</b>	<b>52 324 234</b>	<b>9 831 914</b>
Charges à répartir sur plusieurs exercices	1 016 501		1 016 501	
Primes de remboursement des obligations				
Ecarts de conversion actif	22 114		22 114	166 871
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>503 031 712</b>	<b>2 384 225</b>	<b>500 647 487</b>	<b>341 179 101</b>

<b>Passif</b>	<b>31/12/99</b>	<b>31/12/98</b>
Capital social ou individuel dont versé : 26 173 400	26 173 400	19 805 000
Primes d'émission, de fusion, d'apport	327 395 263	153 157 445
Ecarts de réévaluation dont écart d'équivalence :		
Réserve légale	1 980 500	1 781 339
Réserves statutaires ou contractuelles	325 711	325 711
Réserves réglementées	27 642	27 642
Autres réserves		
Report à nouveau	23 570 553	11 093 609
<b>Résultat de l'exercice (bénéfice ou perte)</b>	<b>23 263 157</b>	<b>12 676 105</b>
Subventions d'investissement		
Provisions réglementées		
<b>Capitaux propres</b>	<b>402 736 225</b>	<b>198 866 851</b>
Produits des émissions de titres participatifs		
Avances conditionnées		
<b>Autres fonds propres</b>		
Provisions pour risque	60 000	60 000
Provisions pour charges		
<b>Provisions pour risques et charges</b>	<b>60 000</b>	<b>60 000</b>
<b>Dettes financières</b>		
Emprunts obligataires convertibles		20 201 066
Autres emprunts obligataires		
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	77 794 649	90 743 167
Emprunts et dettes financières divers	882 224	22 237 950
Avances et acomptes reçus sur commande en cours		
<b>Dettes d'exploitation</b>		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	7 993 477	5 142 780
Dettes fiscales et sociales	3 731 780	3 049 213
<b>Dettes diverses</b>		
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés		
Autres dettes	6 583 907	800 301
<b>Comptes de régularisation</b>		
Produits constatés d'avance		
<b>Dettes</b>	<b>96 986 037</b>	<b>142 174 477</b>
Ecarts de conversion passif	865 225	77 774
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>500 647 487</b>	<b>341 179 101</b>
<i>Résultat de l'exercice en centimes</i>	<i>23 263 156,72</i>	
<i>Total du bilan en centimes</i>	<i>500 647 487,08</i>	

**Compte de résultat (en liste)**

<b>Rubriques</b>	<b>France</b>	<b>Exportation</b>	<b>31/12/99</b>	<b>31/12/98</b>
Ventes de marchandises				
Production vendue de biens				
Production vendue de services	4 511 623		4 511 623	3 552 794
<b>CHIFFRES D'AFFAIRES NETS</b>	<b>4 511 623</b>		<b>4 511 623</b>	<b>3 552 794</b>
Production stockée				
Production immobilisée				
Subventions d'exploitation				
Reprise sur amortissements et provisions, transfert de charges			7 491	9 635
Autres produits			13 575 321	6 788 821
<b>PRODUITS D'EXPLOITATION</b>			<b>18 094 434</b>	<b>10 351 249</b>
Achats de marchandises (y compris droits de douane)				
Variation de stock (marchandises)				
Achats de matières premières et autres approvisionnements (et droits de douane)				
Variation de stock (matières et approvisionnements)				
Autres achats et charges externes			11 621 574	10 627 516
Impôts, taxes et versements assimilés			511 017	457 706
Salaires et traitements			4 750 138	4 165 970
Charges sociales			1 761 270	1 382 671
<b>Dotations d'exploitation</b>				
Sur immobilisations : dotations aux amortissements			240 098	81 471
Sur immobilisations : dotations aux provisions				
Sur actif circulant : dotations aux provisions				
Pour risques et charges : dotations aux provisions				
Autres charges			22 697	54 452
<b>CHARGES D'EXPLOITATION</b>			<b>18 906 794</b>	<b>16 769 784</b>
<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>			<b>(812 359)</b>	<b>(6 418 535)</b>
<b>Opérations en commun</b>				
Bénéfice attribué ou perte transférée				
Perte supportée ou bénéfice transféré				
<b>Produits financiers</b>				
Produits financiers de participations			18 885 294	16 392 743
Produits des autres valeurs mobilières et créantes de l'actif immobilisé			13 308	
Autres intérêts et produits assimilés			371 299	2 363 201
Reprises sur provisions et transferts de charges				
Différences positives de change			69 945	135 210
Produits nets sur cessions de valeur mobilières de placement				
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement				
<b>PRODUITS FINANCIERS</b>			<b>19 339 846</b>	<b>18 891 154</b>
Dotations financières aux amortissements et provisions			113 018	182 794
Intérêts et charges assimilées			3 423 438	7 096 085
Différences négatives de change			615 457	126 311
<b>CHARGES FINANCIERES</b>			<b>4 151 914</b>	<b>7 405 190</b>
<b>RESULTAT FINANCIER</b>			<b>15 187 932</b>	<b>11 485 963</b>
<b>RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS</b>			<b>14 375 573</b>	<b>5 067 428</b>

## Compte de résultat (suite)

Rubriques	31/12/99	31/12/98
Produits exceptionnels sur opérations de gestion		
Produits exceptionnels sur opérations en capital	53 078	15 736 340
Reprises sur provisions et transferts de charges		
<b>PRODUITS EXCEPTIONNELS</b>	<b>53 078</b>	<b>15 736 340</b>
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion	230	216
Charges exceptionnelles sur opérations en capital		15 723 289
Dotations exceptionnelles aux amortissements et provisions		
<b>CHARGES EXCEPTIONNELLES</b>	<b>230</b>	<b>15 723 505</b>
<b>RESULTAT EXCEPTIONNEL</b>	<b>52 848</b>	<b>12 835</b>
Participation des salariés aux résultats de l'entreprise		
Impôts sur les bénéfices	(8 834 736)	(7 595 842)
<b>TOTAL DES PRODUITS</b>	<b>37 487 358</b>	<b>44 978 743</b>
<b>TOTAL DES CHARGES</b>	<b>14 224 201</b>	<b>32 302 638</b>
<b>BENEFICE OU PERTE</b>	<b>23 263 157</b>	<b>12 676 105</b>

## ANNEXE

### REGLES ET METHODES COMPTABLES

Les conventions générales comptables ont été appliquées dans le respect du principe de prudence, conformément aux hypothèses de base : continuité de l'exploitation, permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre, indépendance des exercices, conformément aux règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels.

La méthode de base retenue pour l'évaluation des éléments inscrits en comptabilité est la méthode des coûts historiques. Les principales méthodes utilisées sont les suivantes :

#### ***IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ET CORPORELLES***

Les immobilisations incorporelles et corporelles sont évaluées à leur coût d'acquisition.

Les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire, selon la durée de vie prévue :

- protection des marques 5 à 10 ans
- logiciels informatiques 1 à 3 ans
- agencements et installations 10 ans
- matériel de bureau et informatique 1 à 3 ans
- mobilier de bureau 5 à 10 ans

#### ***PARTICIPATIONS ET AUTRES TITRES***

La valeur brute est constituée par le coût d'achat hors frais accessoires. Lorsque la valeur d'utilité est inférieure à la valeur brute, une provision pour dépréciation est constituée.

#### ***CREANCES***

Les créances sont valorisées à leur valeur nominale. Une provision pour dépréciation est pratiquée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur comptable.

#### ***ENGAGEMENTS DE RETRAITE***

Après calcul des engagements de retraite selon la méthode rétrospective, il ressort que ceux-ci ne sont pas significatifs.

## INFORMATIONS - BILAN ET RESULTAT

### IMMOBILISATIONS

Rubriques	Début d'exercice	Réévaluation	Acquisit., apports
FRAIS D'ETABLISSEMENT, DE RECHERCHE ET DE DEVELOPPEMENT AUTRES POSTES D'IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	<b>466 058</b>		<b>434 766</b>
Terrains			
Constructions sur sol propre			
Constructions sur sol d'autrui			
Constructions installations générales, agencements, aménagements			
Installations techniques, matériel et outillage industriels			
Installations générales, agencements, aménagements	24 396		
Matériel de transport			
Matériel de bureau, informatique, mobilier	366 177		43 546
Emballages récupérables et divers			
Immobilisations corporelles en cours			
Avances et acomptes			
<b>IMMOBILISATIONS CORPORELLES</b>	<b>390 573</b>		<b>43 546</b>
Participations évaluées par mise en équivalence			
Autres participations et créances rattachées	332 453 343		113 628 529
Autres titres immobilisés			
Prêts et autres immobilisations financières	40 776		
<b>IMMOBILISATIONS FINANCIERES</b>	<b>332 494 119</b>		<b>113 628 529</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>333 350 750</b>		<b>114 106 841</b>

Rubriques	Virement	Cessions	Fin d'exercice	Valeur d'origine
FRAIS D'ETABLISSEMENT, RECHERCHE, DEVELOPPEMENT AUTRES POSTES D'IMMOB. INCORPORELLES		<b>93 750</b>	<b>807 074</b>	
Terrains				
Constructions sur sol propre				
Constructions sur sol d'autrui				
Constructions installations générales, agencements, aménagements				
Installations techniques, matériel et outillage industriels				
Installations générales, agencements, aménagements			24 396	
Matériel de transport				
Matériel de bureau, informatique, mobilier		80 534	329 189	
Emballages récupérables et divers				
Immobilisations corporelles en cours				
Avances et acomptes				
<b>IMMOBILISATIONS CORPORELLES</b>		<b>80 534</b>	<b>353 585</b>	
Participations évaluées par mise en équivalence				
Autres participations		(2 323 863)	448 405 735	
Autres titres immobilisés				
Prêts et autres immobilisations financières		19 185	21 591	
<b>IMMOBILISATIONS FINANCIERES</b>		<b>(2 304 678)</b>	<b>448 427 326</b>	
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>(2 130 394)</b>	<b>449 587 985</b>	

## AMORTISSEMENTS

Rubriques	Début d'exercice	Dotations	Reprises	Fin d'exercice
FRAIS D'ETABLIS, RECHERCHE, DEVELOPMT AUTRES IMMOB. INCORPORELLES	132 538	135 234	93 750	174 022
Terrains				
Constructions sur sol propre				
Constructions sur sol d'autrui				
Constructions inst. générales, agencements				
Installations techniques, matériel et outillage				
Installations générales, agencements,	11 260	2 440		13 699
Matériel de transport				
Matériel de bureau, informatique, mobilier	254 221	56 505	80 534	230 192
Emballages récupérables et divers				
<b>IMMOBILISATIONS CORPORELLES</b>	<b>265 481</b>	<b>58 944</b>	<b>80 534</b>	<b>243 891</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>398 019</b>	<b>194 178</b>	<b>174 284</b>	<b>417 914</b>

Ventilation des dotations	Linéaires	Dégressifs	Exceptionnels	Dotations dérogat.	Reprises dérogat.
FRAIS D'ETABL., RECHERCHE AUT. IMMOB. INCORPORELLES	135 234				
Terrains					
Constructions sur sol propre					
Constructions sur sol d'autrui					
Constructions et installations					
Install. techniques, outillage					
Install. générales, agencements,	2 440				
Matériel de transport					
Matériel de bureau, informatique	56 505				
Emballages récupérables					
<b>IMMO. CORPORELLES</b>	<b>58 944</b>				
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>194 178</b>				

Charges réparties sur plusieurs exercices	Début d'exercice	Augmentations	Dotations	Fin d'exercice
Charges à répartir sur plusieurs exercices		1 062 420	45 920	1 016 501
Primes de remboursement des obligations				

## **PROVISIONS**

<b>Rubriques</b>	<b>Début d'exercice</b>	<b>Dotations</b>	<b>Reprises</b>	<b>Fin d'exercice</b>
Provisions gisements miniers, pétroliers				
Provisions pour investissements				
Provisions pour hausse de prix				
Provisions pour fluctuation des cours				
Amortissements dérogatoires				
Implantations étrangères avant 01/01/92				
Implantations étrangères après 01/01/92				
Provisions pour prêts d'installation				
Autres provisions réglementées				
<b>PROVISIONS REGLEMENTEES</b>				
Provisions pour litiges				
Provisions pour garanties données aux clients				
Provisions pour pertes sur marchés à terme				
Provisions pour amendes et pénalités				
Provisions pour pertes de change				
Provisions pour pensions, obligations similaires				
Provisions pour impôts				
Provisions pour renouvellement immobilisations				
Provisions pour grosses réparations				
Provisions charges soc. fisc. sur congés à payer				
Autres provisions pour risques et charges	60 000			60 000
<b>PROVISIONS RISQUES ET CHARGES</b>	<b>60 000</b>			<b>60 000</b>
Provisions sur immobilisations incorporelles				
Provisions sur immobilisations corporelles				
Provisions sur titres mis en équivalence				
Provisions sur titres de participation	569 815			569 815
Provisions sur autres immobilis. financières	1 202 600	113 018		1 315 618
Provisions sur stocks et en cours				
Provisions sur comptes clients				
Autres provisions pour dépréciations	80 878			80 878
<b>PROVISIONS POUR DEPRECIATION</b>	<b>1 853 293</b>	<b>113 018</b>		<b>1 966 311</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>1 913 293</b>	<b>113 018</b>		<b>2 026 311</b>
Dotations et reprises d'exploitation				
Dotations et reprises financières		113 018		
Dotations et reprises exceptionnelles				
Dépréciation des titres mis en équivalence à la clôture de l'exercice				

## CREANCES ET DETTES

Etat des créances	Montant brut	1 an au plus	Plus d'un an
Créances rattachées à des participations	28 260 948	28 260 948	
Prêts			
Autres immobilisations financières	21 591	21 591	
Clients douteux ou litigieux			
Autres créances clients	10 348 004	10 348 004	
Créance représentative de titres prêtés			
Personnel et comptes rattachés	46 183	46 183	
Sécurité Sociale et autres organismes sociaux			
Etat, autres collectivités : impôt sur les bénéfices	1 125 954	1 125 954	
Etat, autres collectivités : taxe sur la valeur ajoutée	121 020	121 020	
Etat, autres collectivités : autres impôts, taxes, versements assimilés			
Etat, autres collectivités : créances diverses			
Groupe et associés	39 968 803	39 968 803	
Débiteurs divers	259 602	259 602	
Charges constatées d'avance	421 002	421 002	
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>80 573 107</b>	<b>80 573 107</b>	

Montant des prêts accordés en cours d'exercice  
Montant des remboursements obtenus en cours d'exercice  
Prêts et avances consentis aux associés

Etat des dettes	Montant brut	1 an au plus	Plus d'un an, - de 5 ans	Plus de 5 ans
Emprunts obligataires convertibles				
Autres emprunts obligataires				
Emprunts et dettes à 2 ans maximum à l'origine	26 000 000	26 000 000		
Emprunts et dettes à plus de 2 ans à l'origine	51 794 649	15 622 435	36 172 214	
Emprunts et dettes financières divers	882 224	882 224		
Fournisseurs et comptes rattachés	7 993 477	7 993 477		
Personnel et comptes rattachés	1 799 515	1 799 515		
Sécurité Sociale et autres organismes sociaux	1 476 035	1 476 035		
Etat : impôt sur les bénéfices				
Etat : taxe sur la valeur ajoutée	421 450	421 450		
Etat : obligations cautionnées				
Etat : autres impôts, taxes et assimilés	34 779	34 779		
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés				
Groupe et associés	16 174	16 174		
Autres dettes	6 567 734	6 567 734		
Dettes représentatives de titres empruntés				
Produits constatés d'avance				
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>96 986 037</b>	<b>60 813 823</b>	<b>36 172 214</b>	
Emprunts souscrits en cours d'exercice	107 100 000			
Emprunts remboursés en cours d'exercice	139 670 421			
Emprunts, dettes contractés auprès d'associés				

**ELEMENTS RELEVANT DE PLUSIEURS POSTES DE BILAN**

Rubriques	Entreprises	Participations	Dettes, créances en effets comm.
<b>ACTIF IMMOBILISE</b>			
Participations	420 144 787		
Créances rattachées à des participations	28 260 948		
Autres immobilisations financières	21 591		
<b>ACTIF CIRCULANT</b>			
Créances clients et comptes rattachés	10 039 602		
Autres créances	37 967 652		
<b>DETTES</b>			
Emprunts et dettes financières divers	882 224		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	2 676 564		
Autres dettes	3 395 732		

**ECARTS DE CONVERSION SUR CREANCES ET DETTES EN MONNAIES ETRANGERES**

Nature des écarts	Actif Perte latente	Ecarts compensés par couverture de change	Provision pour perte de change	Passif Gain latent
Immobilisations financières	22 114			865 225
<b>TOTAL</b>	<b>22 114</b>			<b>865 225</b>

**DETAIL DES PRODUITS A RECEVOIR**

	31/12/1999
<b>PRODUITS A RECEVOIR</b>	<b>180 900,00</b>
<b>AUTRES CREANCES</b>	<b>180 900,00</b>
409800 Fourn avoirs non par	180 900,00
<b>TOTAL DES PRODUITS A RECEVOIR</b>	<b>180 900,00</b>

**DETAIL DES CHARGES A PAYER**

	31/12/1999
<b>CHARGES A PAYER</b>	<b>3 928 873,82</b>
<b>EMPRUNTS ET DETTES FINANCIERES</b>	<b>108 241,89</b>
168840 IntUr couremprunts e	108 241,89
<b>DETTES FOURNISSEURS CPTES RATTACH</b>	<b>1 246 348,38</b>
408110 Factures non parvenu	1 246 348,38
<b>DETTES FISCALES ET SOCIALES</b>	<b>2 574 283,55</b>
428100 Pers perm Notes frai	(156,97)
428200 Dettes previsionpou	92 660,14
428600 Prov primes O payer	1 637 000,00
428630 Prov primes de vacan	23 088,09
428650 Prov taxe apprentiss	27 531,35
428670 Prov formation prof	19 235,42
438200 Dettes prov pr CSCP	38 740,36
438601 Prov pr CSprimes O p	704 000,00
438606 Prov pr CSprimes vaca	9041,29
438607 Prov pr CSprimes fin	330,00
448200 Dettes provisionnnUe	5 817,48
448600 Etat autres charges	16 829,00
448606 Prov pr Cprime de v	167,39
<b>TOTAL DES CHARGES A PAYER</b>	<b>3 928 873,82</b>

## DETAIL DES CHARGES & PRODUITS CONSTATES D'AVANCE

	31/12/1999
<b>CHARGES CONSTATEES D'AVANCE</b>	<b>421 001,81</b>
<b>CHARGES/PRODUITS D'EXPLOITATION</b>	<b>421 001,81</b>
486000 CCA divers	421 001,81
<b>TOTAL DES CHARGES &amp; PRODUITS CONSTATES D'AVANCE</b>	<b>421 001,81</b>

## COMPOSITION DU CAPITAL SOCIAL

Catégorie de titres	Nombre de titres		Valeur nominale
	à la clôture de l'exercice	créés pendant l'exercice remboursés pendant l'exercice	
Actions ordinaires	5 234 680	1 273 680	5

## EMPRUNTS OBLIGATAIRES

Le 31 mai 1999, la société a procédé à la conversion de l'emprunt obligataire souscrit en juillet 1992 par création de 386 800 actions (à 5 francs de valeur nominale) .

## RESULTAT DES CINQ DERNIERS EXERCICES

Date d'arrêté	31/12/1999	31/12/1998	31/12/1997	31/12/1996	31/12/1995
Durée de l'exercice (mois)	12	12	12	12	12
<b>CAPITAL EN FIN D'EXERCICE</b>					
Capital social	26 173 400	19 805 000	15 743 000	15 688 000	14 882 500
Nombre d'actions					
- ordinaires	5 234 680	1 980 500	31 486	31 376	29 765
Nombre maximum d'actions à créer					
<b>OPERATIONS ET RESULTATS</b>					
Chiffre d'affaires hors taxes	4 511 623	3 552 794	2 987 435	4 354 023	14 152 624
Résultat avant impôt, participation, dot. amortissements et provisions	14 781 537	5 344 528	(2 488 121)	5 338 472	2 469 631
Impôts sur les bénéfices	(8 834 736)	(7 595 842)	(5 270 215)	(3 530 996)	(4 863 852)
Dot. amortissements et provisions	353 116	264 265	(1 468 686)	213 047	499 252
Résultat net	23 263 157	12 676 105	4 250 780	8 656 421	6 834 231
Résultat distribué				4 204 384	3 988 510
<b>RESULTAT PAR ACTION</b>					
Résultat après impôt, participation, avant dot. amortissements, provisions	5	7	88	283	246
Résultat après impôt, participation, dot. amortissements, provisions	4	6	135	276	230
Dividende attribué				134	134
<b>PERSONNEL</b>					
Effectif moyen des salariés		3	3	3	9
Masse salariale	4 750 138	4 165 970	3 396 481	3 547 601	5 116 049
Sommes versées en avantages sociaux (sécurité sociale, œuvres sociales...)	1 761 270	1 382 671	1 072 607	1 374 539	2 329 234

## **VENTILATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES en KF**

Rubriques	Chiffre d'affaires France	Chiffre d'affaires Export	Total 31/12/99	Total 31/12/98	% 99/98
Personnel facturé	1 433		1 433	509	181,53 %
Frais facturé	3 078		3 078	3 044	1,12 %
<b>TOTAL</b>	<b>4 511</b>		<b>4 511</b>	<b>3 553</b>	<b>26,96 %</b>

## **CHARGES ET PRODUITS EXCEPTIONNELS**

Nature des charges	Montant	Imputation au compte
Amendes pénalités (PV)	230	671200
<b>TOTAL</b>	<b>230</b>	

Nature des produits	Montant	Imputation au compte
Plus-value / actionnaires défaillants	53 078	778300
<b>TOTAL</b>	<b>53 078</b>	

## **IMPOT SUR LES BENEFICES ET INTEGRATION FISCALE**

Notre société, en vertu d'une adhésion pour 5 exercices, en date du 30 octobre 1997, participe au groupe fiscale organisé ainsi :

Ipsos : société " tête de groupe fiscale ",

Filiales intégrées : Ipsos-Insight Marketing, Ipsos France, Ipsos Interviews, Ipsos Médias, Ipsos Opinion, Ipsos Satisfaction de Clientèle, IMS, IMS Développement, Sysprint, Statiro, GST.

L'exercice clos le 31 décembre 1998 est le premier exercice d'application de l'intégration fiscale.

L'impôt groupe est réparti de la manière suivante :

Pour les filiales intégrées : elles prennent en charge l'impôt qui aurait été le leur en l'absence d'intégration fiscale,

Pour la société tête de groupe fiscal : elle prend à sa charge (ou à son profit), la différence entre l'impôt groupe et la somme des impôts (contributions des 10% et 15% incluses) déterminés par les filiales intégrées fiscalement.

L'impôt " groupe " s'analyse ainsi :

Impôt dû au titre d'Ipsos Médias	1 846 455 francs
Impôt dû au titre d'Ipsos France	0 franc
Impôt dû au titre d'Ipsos Interviews	0 franc
Impôt dû au titre d'Ipsos-Insight Marketing	2 223 508 francs
Impôt dû au titre d'Ipsos Opinion	1 117 202 francs
Impôt dû au titre d'Ipsos Satisfaction de Clientèle	1 632 686 francs
Impôt dû au titre d'IMS	942 427 francs
Impôt dû au titre d'IMS Développement	618 566 francs
Impôt dû au titre de Sysprint	302 774 francs
Impôt dû au titre de Statiro	0 franc
Impôt dû au titre de GST	101 118 francs
Economie d'impôt Ipsos relative à son déficit fiscal	8 784 736 francs

## REPARTITION DE L'IMPOT SUR LES BENEFICES

Répartition	Résultat avant impôt	Impôt dû	Résultat net après impôt
Résultat courant	14 375 573	(8 834 736)	23 210 309
Résultat exceptionnel à court terme	52 848		52 848
<b>RESULTAT COMPTABLE</b>	<b>14 428 421</b>	<b>(8 834 736)</b>	<b>23 263 157</b>

## ENGAGEMENTS FINANCIERS, - AUTRES INFORMATIONS

### ENGAGEMENTS FINANCIERS

Engagements donnés	Montant
Engagement solidaire dans le passif du Gie Ipsos	5 149 163
Caution de Ipsos SA vers Ipsos-NFO UK au bénéfice de Barclays Bank = 250 000 £	2 637 755
Caution pour IMS (Société Générale) .	600 000
Caution pour Ipsos Access Panel France, au bénéfice de Paribas qui a accordé un prêt de 5 MF à Ipsos Access Panel France	5 000 000
Caution pour INTRES (Sogelease).	372 759
Caution pour Binomio (Banque Ambrosio Veneto).	1 355 200
Caution pour Ipsos France (locaux et ch. Loc. Rue Groult) de 1999 à fin mars 2002	14 899 950
Caution pour Ipsos Régions (Société Générale) .	175 240
Caution d'Ipsos SA en garantie d'un prêt de 6,25 K\$ accordé à Ipsos ASI par la BNP	40 809 588
Caution d'Ipsos SA en garantie d'un prêt de 6,25 K\$ accordé à Ipsos ASI par le Crédit Lyonnais	40 809 588
Complément de prix au titre du rachat des 2/3 des titres restant d'Ipsos Latin America acquis en 1999	13 059 068
<b>TOTAL</b>	<b>124 868 310</b>

Engagements reçus	Montant
Engagements de restitution de subvention accordée, selon clause de retour à meilleur fortune pour Ipsos Régions	990 000
<b>TOTAL</b>	<b>990 000</b>

### SITUATION FISCALE DIFFEREE ET LATENTE

Rubriques	Montant
<b>IMPOT DU SUR :</b>	
Provisions réglementaires :	
Provisions pour hausse de prix	
Ecart de conversion actif	22 114
<b>TOTAL ACCROISSEMENTS</b>	<b>22 114</b>
<b>IMPOT PAYE D'AVANCE SUR :</b>	
Charges non déductibles temporairement (à déduire l'année suivante) :	
Organic	16 829
Ecart de conversion passif	865 225
A déduire ultérieurement :	
<b>TOTAL ALLEGEMENTS</b>	<b>882 054</b>
<b>SITUATION FISCALE DIFFEREE NETTE</b>	<b>(859 940)</b>
<b>IMPOT DU SUR :</b>	
<b>CREDIT A IMPUTER SUR :</b>	
<b>SITUATION FISCALE LATENTE NETTE</b>	

## EFFECTIF MOYEN

Effectifs	Personnel salaré	Personnel à disposition de l'entreprise
Cadres	3	
Agents de maîtrise, techniciens		
Employés		
Ouvriers		
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	

## REMUNERATION DES DIRIGEANTS

La rémunération des organes de direction n'est pas fournie car cela conduirait indirectement à donner une rémunération individuelle.

## LISTE DES FILIALES ET PARTICIPATIONS

Dénomination - Siège social	Capital	Quote-part	Val. brute Titres	Prêts, avances Cautions	Chiffre d'affaires Résultat
	Capitaux propres	Dividendes	Val. nette Titres		
<b>FILIALES (plus de 50%)</b>					
Ipsos France	35 848 000	100,00%	42 513 389		78 982 000
Paris 15ème - Siret : 392 901 856	9 365 000	7 886 362	42 513 389	14 899 950	198 000
Ipsos-Explorer	11 858 000	100,00%	43 659 160		102 250 369
Come en Italie	4 381 467	813 120	43 659 160		-624 070
Ipsos-Szonda	206 032	50,10%	744 664		18 880 669
Budapest en Hongrie	6 550 478	250 121	744 664		1 471 094
Ipsos-ECO Consulting	1 182 720	100,00%	21 555 900		65 117 409
Madrid en Espagne	9 911 982	822 381	21 555 900		4 050 619
Ipsos Deutschland	2 367 825	100,00%	45 371 457		174 534 874
Hambourg en Allemagne	18 650 815	1 173 849	45 371 457		4 802 728
Ipsos RSL	4 220 408	90,00%	37 816 692		335 026 538
Harrow au Royaume Uni	16 459 591	5 275 510	37 816 692		6 984 775
Price Search	1 318 878	100,00%	23 443 445		
Harrow au Royaume Uni	0		23 443 445		
Ipsos-Insight	813 040	82,00%	1 264 284	1 995 944	15 242 874
Bruxelles en Belgique	-86 507		1 264 284	372 759	989 632
Ipsos Opinion Infométrie	1 050 000	10,00%	227 778		57 018 000
Paris 15ème - Siret : 317 839 959	10 380 000	189 210	227 778		10 274 000
Ipsos Santé	1 000	100,00%	990		
Paris 15ème - Siret : 333 925 824	-83 868				
Stat Ipsos	250 000	50,80%	127 000	683 125	
Paris 15ème - Siret : 401 595 939	-84 000		127 000		46 000
Ipsos Portugal	163 595	100,00%	749 313	1 781 544	5 938 368
Lisbonne au Portugal	-1 861 548		180 488		106 893
Ipsos USA, Inc.	6 530	100,00%	5 206	3 793 708	1 312 436
Chicago aux USA	-966 371		5 206		52 236
Ipsos Latin America BV	125 018	100,00%	98 108 051		
Amsterdam aux Pays Bas	79 299 867	2 474 741	98 108 051		5 387 664
Ipsos America, Inc.	97 943 010	100,00%	90 154 000		
Stamford aux USA	84 884		90 154 000		-215 475

Dénomination - Siège social	Capital	Quote-part	Val. brute Titres	Prêts, avances	Chiffre d'affaires Résultat
	Capitaux propres	Dividendes	Val. nette Titres	Cautions	
<b>FILIALES (plus de 50%) suite</b>					
Ipsos Australia Sydney en Australie	21 267	100,00%	35 35	1 848 832	9 948 668 21 267
Ipsos Access Panel Holding Paris 15ème	13 119 000 1 000	100,00%	13 994 731 13 994 731	3 544 918	627 000
Ipsos Far East Hong Kong	-4 565 266	100,00%		7 074 698	1 811 320 -4 565 266
<b>PARTICIPATIONS (de 10 à 50%)</b>					
AGB Stat Ipsos Beyrouth au Liban		30,00%	271 786 271 786	1 371 202	
MMXI Europe B.V. Amstelveen aux Pays Bas		22,00%	3 137 000 3 137 000		
<b>AUTRES TITRES</b>					
Gie Ipsos Paris 15ème				5 149 755	505 000
Gie Ipsos Access Panel Paris 15ème			6 6		343 000

Remarques :

Les capitaux propres sont mentionnés hors capital social et avant affectation du résultat.

Le capital social, les capitaux propres (avant affectation du résultat et hors capital), le chiffre d'affaires et le résultat sont convertis au cours du 31 décembre 1999 soit :

Lire : 0,003388 FRF / Livre : 10,55102 FRF / Deutsche mark : 3,35386 FRF / Peseta : 0,039424 /  
Franc Belge : 0,162608 FRF / Florin : 2,97661 FRF / Escudo : 0,032719 FRF / Dollar US 6,529534 FRF  
Forint : 0,025754 FRF / Dollar australien : 4,253385 FRF / Dollar Hong Kong : 0,84013 FRF

#### **IDENTITE DES SOCIETES MERES CONSOLIDANT LES COMPTES DE LA SOCIETE**

Dénomination sociale - Siège social	Forme	Montant capital	% détenu
LT Participations 99/101 rue de l'Abbé Groult à Paris 15ème	Société Anonyme	640 960	42,51%

## 4.3 RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS RÉGLEMENTÉES

### Ipsos, S.A.

Exercice clos le 31 décembre 1999

En notre qualité de commissaires aux comptes de votre Société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions réglementées.

En application de l'article 103 de la loi du 24 juillet 1966, nous avons été avisés de la convention qui a fait l'objet de l'autorisation préalable de votre conseil d'administration.

Il ne nous appartient pas de rechercher l'existence éventuelle d'autres conventions mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de celle dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur son utilité et son bien-fondé. Il vous appartient, selon les termes de l'article 92 du décret du 23 mars 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de cette convention en vue de son approbation.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes de la profession ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

#### **1. AVEC LA SOCIÉTÉ LT PARTICIPATIONS**

**Conseil d'administration du 1er octobre 1999**

##### ***Administrateurs concernés***

MM. Jean-Marc Lech et Didier Truchot.

##### ***Nature et objet***

LT participations a cédé à Ipsos, S.A. en juin 1999 la participation que cette entité détenait dans la société civile APLT. Cette opération entre dans le cadre de la restructuration de l'activité Access Panels suite au désengagement de la Société NFO Research, Inc. des différentes sociétés du groupe.

##### ***Modalités***

Les titres APLT ont été cédés pour leur valeur nette comptable soit pour un montant de FRF .9.000.

Par ailleurs, en application du décret du 23 mars 1967, nous avons été informés que l'exécution des conventions suivantes, approuvées au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours du dernier exercice.

#### **2. AVEC LA SOCIÉTÉ IPSOS ACCESS PANEL FRANCE (ANCIENNEMENT IPSOS NFO FRANCE)**

**Conseil d'administration du 19 décembre 1996**

##### ***Nature et objet***

Ipsos Access Panels France a continué de bénéficier d'un contrat de licence de propriété intellectuelle et des techniques appartenant à Ipsos, S.A. pour l'exploitation et la commercialisation du Panel en France et du produit dénommé "Access Panel", et ce pour la durée de la société commune en France.

##### ***Modalités***

Aucune redevance n'a été perçue à ce titre en 1999.

#### **3. AVEC LA SOCIÉTÉ IPSOS INSIGHT BELGIQUE (ANCIENNEMENT INT-RES)**

**Conseil d'administration du 15 novembre 1996**

##### ***Nature et objet***

Dans le cadre d'un assainissement de la situation financière d'INT-RES, Ipsos, S.A. a consenti un prêt sans intérêt à sa filiale belge qui a notamment pour objet de permettre à INT-RES de faire face aux engagements qu'elle a souscrits envers plusieurs sociétés sous-traitantes dans le cadre de l'exécution du contrat conclu avec la Société Volvo à la fin de l'année 1995 et qui a été rompu à l'initiative de Volvo au mois de mai 1996.

##### ***Modalités***

Montant du prêt au 31 décembre 1999 : FRF .1.020.295,55.


Durée : 3 ans, prorogeable et remboursable à l'issue de la première période de trois ans si, à cette date, INT-RES a reconstitué ses fonds propres de telle sorte que son actif net soit conforme aux dispositions légales et réglementaires en vigueur en Belgique.

En outre, dans l'hypothèse où INT-RES se verrait consentir un prêt d'un établissement financier, Ipsos, S.A. ne sera remboursée qu'une fois que ledit établissement financier aura lui-même été remboursé par INT-RES de son prêt au principal, intérêts, commissions, frais et accessoires.

Le 25 avril 2000

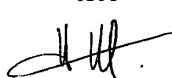
Les Commissaires aux Comptes

COGERCO FLIPO



Francis Pons

JPA



Danielle Bardreau-Gilbert

ERNST & YOUNG Audit



Gabriel Galet

  
Jacques Potdevin

## RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ADMINISTRATION, LA DIRECTION ET LE CONTROLE DE LA SOCIETE

### 5.1 MEMBRES ET FONCTIONS DES ORGANES DE DIRECTION

#### LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

##### Président :

**Didier Truchot** (mandat renouvelé lors de l'Assemblée Générale Ordinaire en date du 29/06/98, il expire lors de l'Assemblée qui statuera sur les comptes de l'exercice clos le 31/12/2003)

##### Autres Administrateurs

**Jean-Marc Lech** (mandat renouvelé lors de l'Assemblée Générale Ordinaire en date du 29/06/98, il expire lors de l'Assemblée qui statuera sur les comptes de l'exercice clos le 31/12/2003)

**Carlos Harding** (mandat renouvelé lors de l'Assemblée Générale Ordinaire en date du 29/06/98, il expire lors de l'Assemblée qui statuera sur les comptes de l'exercice clos le 31/12/2003)

**LT Participations S.A.**, représentée par Pascal Cromback (mandat renouvelé lors de l'Assemblée Générale Ordinaire en date du 24/06/96, il expire lors de l'Assemblée qui statuera sur les comptes de l'exercice clos le 31/12/2001)

##### Mandats à l'extérieur du groupe Ipsos :

E.T.A.I, *président*

Editions du May, *président*

Procom S.A., *administrateur*

Sofectec, *administrateur*

Fournie, *administrateur*

Trame, *gérant*

**Elizabeth Mitchell** (mandat renouvelé lors de l'Assemblée Générale Ordinaire en date du 29/06/98, il expire lors de l'Assemblée qui statuera sur les comptes de l'exercice clos le 31/12/2003)

**Patrick Sayer** (mandat renouvelé lors de l'Assemblée Générale Ordinaire en date du 29/06/98, il expire lors de l'Assemblée qui statuera sur les comptes de l'exercice clos le 31/12/2003)

##### Mandats à l'extérieur du groupe Ipsos :

Lazard Frères (France), *associé-gérant*

Lazard Frères (Etats-Unis), *associé-gérant*

Maison Lazard, *associé-gérant*

Partena, *associé-gérant*

Sovaclux, *administrateur*

Société financière Gaz et Eaux, *administrateur*

Virata Corp., *administrateur*

BBS, *administrateur*

Société financière Gaz et Eaux, *représentant permanent*

France Asie Participations, *représentant permanent*

François-Charles Oberthur Fiduciaire, *représentant permanent*

Infogrammes entertainment, *représentant permanent*

Oberthur Smart Cards, *représentant permanent*

Virata, *représentant permanent*

**Christian Brégou** (coopté lors du Conseil d'Administration du 1/10/99, il expire lors de l'Assemblée Générale Ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice clos le 31/12/2004)

**Pierre Haren** (coopté lors du Conseil d'Administration du 1/10/99, il expire lors de l'Assemblée Générale Ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice clos le 31/12/2004)  
Mandat à l'extérieur du groupe Ipsos :  
*ILOG, président*

**LE COMITÉ D'AUDIT :**

Ce Comité créé par le Conseil d'Administration du 1er octobre 1999 est chargé d'exercer un contrôle externe sur les règles comptables et les comptes de la société et est composé d'administrateurs indépendants : Monsieur Patrick Sayer, qui le préside, et Monsieur Pascal Cromback.

**LE COMITÉ DES RÉMUNÉRATIONS :**

Ce Comité créé par le Conseil d'Administration du 1er octobre 1999 est chargé de définir la politique de rémunération, au sens large, des dirigeants du Groupe et est composé d'administrateurs indépendants : Monsieur Christian Brégou, qui le préside, et Monsieur Pierre Haren.

## 5.2 REMUNERATION DES ORGANES DE DIRECTION

Aucun jeton de présence n'est alloué aux membres du Conseil d'Administration.

En 1999, le Comité Exécutif (7 membres), a reçu une rémunération globale de 14,2 MF (charges sociales patronales incluses).

(La composition du Comité Exécutif est indiquée au paragraphe 3.7.1 " Management ")

# 6

## TEXTE DES RÉSOLUTIONS PROPOSÉES À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE ORDINAIRE ET EXTRAORDINAIRE DU 24 MAI 2000

### DE LA COMPÉTENCE DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE

#### Première résolution

##### APPROBATION DES COMPTES - QUITUS

L'Assemblée Générale Ordinaire, connaissance prise du rapport de gestion du Conseil d'Administration et des rapports des commissaires aux comptes sur l'exercice clos le 31 décembre 1999, approuve tels qu'ils lui ont été présentés les comptes sociaux annuels arrêtés à cette date, se soldant par un bénéfice de 23 263 157 francs.

Elle approuve également les opérations traduites dans ces comptes ou résumées dans ces rapports.

L'assemblée donne en conséquence quitus aux administrateurs de l'exécution de leurs mandats pour l'exercice écoulé et approuvé.

Elle donne également quitus aux commissaires aux comptes de l'accomplissement de leur mission.

#### Deuxième résolution

##### CONVENTION DE L'ARTICLE 101 DE LA LOI SUR LES SOCIÉTÉS COMMERCIALES

L'Assemblée Générale Ordinaire, connaissance prise du rapport spécial des commissaires aux comptes, approuve dans les conditions du dernier aliéna de l'article 103 de la loi sur les sociétés commerciales les conventions visées par les dispositions de l'article 101 et présentées dans le rapport spécial des commissaires aux comptes.

#### Troisième résolution

##### AFFECTATION DU RÉSULTAT

L'Assemblée Générale Ordinaire décide, sur proposition du Conseil d'Administration, d'affecter le bénéfice de l'exercice clos le 31 décembre 1999 comme suit :

Bénéfice de l'exercice :	23 263 157 F
Dotation de la réserve légale :	636 840 F
Solde	<u>22 626 317 F</u>
Auquel s'ajoute le report à nouveau	23 570 553 F
Formant un bénéfice distribuable de	<u>46 196 870 F</u>
A titre de dividende aux actionnaires, soit 1,50 F pour chacune des 5 234 680 actions composant le capital social, ouvrant droit, pour les actionnaires pouvant en bénéficier, à un avoir fiscal de 0,75 F et à un revenu à déclarer de 2,25 F	7 852 020 F
Précompte mobilier	3 926 010 F
Le report à nouveau est porté à	34 418 840 F

Le dividende sera mis en paiement le 27 juin 2000. Si au moment du paiement du dividende, la société vient à détenir ses propres actions le montant du dividende correspondant à ces actions viendra automatiquement majoré le report à nouveau.

L'assemblée générale prend acte qu'au titre des trois derniers exercices, les sommes distribuées à titre de dividendes ont été les suivantes :

Exercice	Dividende net	Avoir fiscal	Revenu réel
1998	Néant	néant	néant
1997	Néant	néant	néant
1996	134 francs	67 francs	201 francs

#### Quatrième résolution

##### RATIFICATION DU MANDAT D'ADMINISTRATEUR DE MONSIEUR CHRISTIAN BRÉGOU

L'Assemblée Générale décide de ratifier la nomination par cooptation de Monsieur Christian Brégou en qualité d'administrateur de la société, qui est intervenue lors de la réunion du Conseil d'Administration en date du 1er octobre 1999, pour la durée du mandat restant à courir, soit jusqu'à l'Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos en 2004.

## Cinquième résolution

### **RATIFICATION DU MANDAT D'ADMINISTRATEUR DE MONSIEUR PIERRE HAREN**

L'Assemblée Générale décide de ratifier la nomination par cooptation de Monsieur Pierre Haren en qualité d'administrateur de la société, qui est intervenue lors de la réunion du Conseil d'Administration en date du 1er octobre 1999, pour la durée du mandat restant à courir, soit jusqu'à l'Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos en 2004.

## Sixième résolution

### **AUTORISANT LE CONSEIL D'ADMINISTRATION À INTERVENIR SUR LE MARCHÉ DES ACTIONS DE LA SOCIÉTÉ**

L'assemblée générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et des éléments figurant dans la note d'information visée par la Commission des Opérations de Bourse, autorise le Conseil d'Administration, conformément aux dispositions de l'article 217-2 de la loi du 24 juillet 1966, à acheter les actions de la société.

L'acquisition, la cession ou le transfert de ces actions pourront être effectués par tous moyens, et à tout moment.

Le prix maximum d'achat est fixé à 350 euros par action et le prix minimum de vente à 50 euros par action.

En cas d'opérations sur le capital, notamment augmentation de capital par incorporation de réserves, attribution d'actions gratuites, division ou regroupement des titres, les prix indiqués ci-dessus seront ajustés par un coefficient multiplicateur égal au rapport entre le nombre de titres composant le capital avant l'opération et ce nombre après l'opération.

La part maximale du capital pouvant être achetée ne pourra excéder en permanence la limite de 10 % du capital social, correspondant à un nombre maximum de 523 468 actions à la date du 24 mai 2000, sous réserve d'ajustement en cas d'opération sur le capital. Le montant maximal des fonds que la Société pourrait consacrer au rachat de ses propres actions s'élève à 183 millions d'Euros.

Les acquisitions d'actions pourront être effectuées en vue de :

- a) optimiser la gestion financière de la société,
- b) régulariser le cours de bourse de l'action de la société,
- c) consentir des options d'achat d'actions aux salariés et/ou mandataires sociaux de la société et/ou de son groupe ou de certains d'entre eux, ou leur proposer d'acquérir des actions dans les conditions prévues aux articles 443-1 et suivants du code de travail et par le deuxième alinéa de l'article 208-18,
- d) attribuer les titres dans le cadre de la participation des salariés aux fruits de l'expansion ou d'un plan d'épargne d'entreprise,
- e) de remettre les titres en paiement ou en échange, notamment dans le cadre d'opérations de croissance externe,

Les actions ainsi acquises pourront être conservées, cédées, transférées. Elles pourront également être annulées conformément aux termes de l'autorisation de l'Assemblée Générale Extraordinaire prévue par la cinquième résolution de ladite assemblée.

Cette autorisation se substitue à l'autorisation donnée par l'Assemblée Générale Ordinaire du 31 mai 1999 dans sa sixième résolution.

Cette autorisation expirera à l'issue de l'assemblée générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2000.

Tous pouvoirs sont conférés au Conseil d'Administration, avec faculté de délégation, en vue d'assurer l'exécution de la présente autorisation.

## Septième résolution

### **AUTORISANT L'ÉMISSION D'OBLIGATIONS ET DE TITRES ASSIMILÉS (NOTAMMENT DE TITRES SUBORDONNÉS, REMBOURSABLES OU À DURÉE INDÉTERMINÉE)**

L'Assemblée générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration, statuant aux conditions de quorum et de majorité d'une assemblée ordinaire, autorise le Conseil d'Administration à procéder sur ses seules décisions, en une ou plusieurs fois, à la création et à l'émission, en France ou à l'étranger, d'obligations ou de titres assimilés (notamment de titres subordonnés, remboursables ou à durée indéterminée), jusqu'à concurrence d'un montant nominal maximum de 200 millions d'Euros, et libellés soit en Euro, soit en devises étrangères, avec ou sans garantie hypothécaire ou autre, dans les proportions, sous les formes et aux époques, taux et conditions d'émission et d'amortissement et de remboursement avec ou sans prime, qu'il jugera convenables.

L'Assemblée confère tous pouvoirs au Conseil d'Administration en vue de la réalisation de cet ou de ces emprunt(s) et précise qu'il aura toute latitude pour fixer les caractéristiques des obligations ou titres assimilés qui pourront comporter notamment un taux d'intérêt variable et une prime de remboursement au-dessus du pair, fixe ou variable, ladite prime s'ajoutant au montant maximum ci-dessus fixé.

Conformément à la loi, cette autorisation est valable pour une période de cinq ans à compter du jour de la présente décision.

## Huitième résolution

### **POUVOIRS**

L'assemblée générale délègue tous pouvoirs au porteur d'une copie ou d'un extrait des présentes à l'effet d'accomplir toutes les formalités légales.

# DE LA COMPÉTENCE DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE EXTRAORDINAIRE RESOLUTIONS DIVERSES

## Première résolution

### **AUTORISANT LE CONSEIL D'ADMINISTRATION À AUGMENTER LE CAPITAL SOCIAL DANS LA LIMITE D'UN PLAFOND GLOBAL, PAR ÉMISSION DE TOUTES VALEURS MOBILIÈRES DONNANT ACCÈS IMMÉDIATEMENT OU À TERME AU CAPITAL ET/OU PAR INCORPORATION DE RÉSERVES, BÉNÉFICES OU PRIMES**

L'assemblée générale statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Extraordinaires et connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des commissaires aux comptes, autorise le Conseil d'Administration :

1. à augmenter le capital social, en une ou plusieurs fois :
  - a) par émission de toutes valeurs mobilières donnant accès immédiatement ou à terme à une quotité du capital social, à l'exception d'actions de priorité, d'actions à dividende prioritaire sans droit de vote et de certificats d'investissement ;
  - b) et /ou par incorporation au capital de réserves, bénéfices, primes d'émission ou tout autre élément susceptible d'être incorporé au capital.
2. arrête comme suit les limites des opérations ainsi autorisées :
  - a) le plafond nominal global de l'augmentation de capital susceptible de résulter de l'émission des valeurs mobilières visées au 1-a) est fixé à 10 millions de francs ;
  - b) le plafond nominal global de l'augmentation de capital par incorporation visée au 1-b) est fixé à 10 millions de francs et s'ajoute au plafond global fixé à l'alinéa précédent ;le tout sous réserve, s'il y a lieu, du montant des augmentations de capital liées à l'ajustement des droits de certains porteurs de titres de capital en cas d'opérations financières nouvelles.

En outre, le montant nominal global des émissions de valeurs mobilières représentatives de créances donnant accès au capital ne pourra excéder 200 millions d'Euros.
3. décide que :
  - a) les valeurs mobilières ci-dessus prévues pourront être émises soit en Euro, soit en monnaie étrangère, dans la limite du plafond autorisé en Euro ou de sa contre-valeur à la date d'émission ;
  - b) les valeurs mobilières qui, dans le cadre des émissions avec droit préférentiel de souscription, ne seraient pas souscrites par les actionnaires à titre irréductible et, le cas échéant, réductible si le Conseil d'Administration prévoit ce droit lors de l'émission, pourront être offertes au public.La présente décision comporte renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription à tous autres titres donnant accès au capital auxquels donneront droit les valeurs mobilières émises.
4. délègue tous pouvoirs nécessaires au Conseil d'Administration avec faculté de subdélégation à son Président, pour :
  - a) réaliser ces émissions dans un délai de vingt six mois à compter de la présente assemblée, en fixer le ou les montants, leurs dates et les modalités, notamment déterminer la forme et les caractéristiques des valeurs mobilières à émettre, arrêter leur prix d'émission et leur condition,
  - b) fixer, même rétroactivement, la date de jouissance des actions créées,
  - c) décider, que les droits des actionnaires formant rompus, en cas d'émission d'actions par incorporation au capital de réserves, bénéfices ou primes d'émission, ne seront pas négociables et que les actions correspondantes seront vendues,
  - d) limiter éventuellement le montant de chaque augmentation de capital à celui des souscriptions reçues sous la condition que celui-ci atteigne les trois-quarts au moins de l'augmentation décidée, en constater la réalisation et procéder à la modification corrélative des statuts, imputer, s'il le juge utile, les frais des émissions sur les primes correspondantes, procéder à toute imputation sur la ou les primes d'émission, et notamment des frais,
  - e) déterminer le mode de libération des actions et le cas échéant prévoir les conditions de leur achat en bourse, la possibilité de suspension de l'exercice des droits d'attribution d'actions attachés aux valeurs mobilières à émettre, fixer les modalités suivant lesquelles cela assure la préservation des droits des titulaires de valeurs mobilières donnant accès au capital social et ce conformément avec la loi,
  - f) passer tous accords nécessaires à la bonne fin des émissions ainsi qu'à la cotation et au service financier des titres,
  - g) et, d'une manière générale, prendre toutes mesures utiles, le tout dans les conditions légales et réglementaires en vigueur lors de ces émissions.
5. décide que la présente autorisation se substitue à l'autorisation donnée par l'Assemblée Générale Extraordinaire du 31 mai 1999 dans sa première résolution.

## Deuxième résolution

### **PLAFOND DES AUGMENTATIONS DE CAPITAL POUVANT ÊTRE RÉALISÉES PAR ÉMISSION, SANS DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION DES ACTIONNAIRES, DES VALEURS MOBILIÈRES PRÉVUES À LA RÉOLUTION PRÉCÉDENTE**

L'assemblée générale statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Extraordinaires et connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et du rapport spécial des commissaires aux comptes, autorise le Conseil d'Administration :

1. à augmenter le capital social, en une ou plusieurs fois, par émission sans droit préférentiel de souscription des actionnaires de toutes les valeurs mobilières, donnant accès immédiatement ou à terme à une quotité du capital social, prévues au 1-a) de la première résolution de la présente Assemblée Générale Extraordinaire.  
Ces valeurs mobilières pourront notamment être émises pour la rémunération d'apports de titres à la société Ipsos en réponse à une offre publique d'échange.  
Elle pourront aussi être émises, lors de l'exercice des droits attachés à leurs titres, en faveur des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital de la société Ipsos et émises par des sociétés dont cette dernière détient directement ou indirectement la majorité du capital.
2. fixe à :
  - a) 10 millions de francs, le plafond nominal global de l'augmentation de capital susceptible de résulter de l'émission de ces valeurs mobilières sans droit préférentiel de souscription des actionnaires ;
  - b) et à 200 millions d'Euros, le montant nominal global des émissions de valeurs mobilières représentatives de créances donnant accès au capital,le tout dans la limite de la fraction non utilisée des plafonds respectivement fixés à la première résolution de la présente Assemblée Générale Extraordinaire.
3. décide que :
  - a) les valeurs mobilières ci-dessus prévues pourront être émises soit en Euro, soit en monnaie étrangère dans la limite du plafond autorisé en Euro ou de sa contre-valeur à la date d'émission ;
  - b) le Conseil d'Administration pourra conférer aux actionnaires, pendant la durée et selon les modalités qu'il fixera, un délai de priorité pour souscrire, en proportion de leur part de capital, aux valeurs mobilières émises, sans que ceci puisse donner lieu à la création de droits cessibles ou négociables,étant entendu que la somme à recevoir par la société pour chacune des actions émises sans droit préférentiel de souscription devra être au minimum égale à la limite inférieure définie par la loi.  
La présente décision comporte renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription à tous autres titres donnant accès au capital auxquels donneront droit les valeurs mobilières elles-mêmes émises sans droit préférentiel de souscription des actionnaires.
4. délègue au Conseil d'Administration avec faculté de subdélégation au Président les mêmes pouvoirs que ceux définis à la première résolution de la présente Assemblée Générale Extraordinaire pour réaliser ces émissions dans un délai de vingt six mois à compter de la présente assemblée.
5. décide que la présente autorisation se substitue à l'autorisation donnée par l'Assemblée Générale Extraordinaire du 31 mai 1999 dans sa deuxième résolution.

## Troisième résolution

### **POSSIBILITÉ D'UTILISER LES AUTORISATIONS D'AUGMENTATION DE CAPITAL EN CAS D'OFFRE PUBLIQUE D'ACHAT OU D'ÉCHANGE SUR LES TITRES DE LA SOCIÉTÉ**

L'assemblée générale statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Extraordinaires autorise expressément le Conseil d'Administration à compter de la présente assemblée et jusqu'à la prochaine assemblée appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2000, à utiliser en période d'offre publique d'achat ou d'échange portant sur les titres de la société, les délégations qui lui sont consenties par la présente assemblée générale pour augmenter, par tous moyens légaux, le capital social.

## Quatrième résolution

### **AUTORISANT LE CONSEIL D'ADMINISTRATION À CONVERTIR LE CAPITAL SOCIAL EN EURO ET À SUPPRIMER LA VALEUR NOMINALE**

L'Assemblée générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité d'une assemblée extraordinaire, autorise le Conseil d'Administration :

1. à convertir le capital social ou la valeur nominale des actions en Euro par application du taux de conversion fixé conformément aux dispositions de l'article 109 L 4 du traité instituant la Communauté Européenne, et à arrondir ces montants au centième d'Euro ou à l'Euro près.

Pour réaliser cette conversion, le Conseil d'Administration pourra, sur ses seules décisions :

- a) soit augmenter le capital social, à hauteur de l'écart déterminé par le résultat de la conversion du capital social ou de la valeur nominale des actions en Euro et l'arrondissement de ces montants au centième/dixième d'Euro ou à l'Euro supérieur, par incorporation au capital du montant nécessaire, prélevé sur un poste de réserves, bénéfices ou primes d'émission, et augmentation corrélative de la valeur nominale des actions.

Dans ce cas, le montant de cette incorporation s'imputera sur le plafond d'autorisation de 10 millions de francs prévu ci-dessus.

- b) soit réduire le capital social, à hauteur de l'écart déterminé par le résultat de la conversion du capital social ou de la valeur nominale des actions en Euro et l'arrondissement de ces montants au centième ou à l'Euro inférieur, par imputation du montant de cet écart à un poste de réserves indisponibles (qui ne pourront être utilisées que pour, le cas échéant, l'imputation de pertes ou l'incorporation ultérieure au capital), et réduction corrélative de la valeur nominale des actions, le tout sous réserve que les dispositions en vigueur lors de l'utilisation par le Conseil de cette autorisation de réduction de capital le permettent et dans les conditions fixées par ces dispositions.

2. autorise le Conseil d'Administration à procéder à la suppression de la mention de la valeur nominale des actions et modifier en conséquence les statuts de la société.

Tous pouvoirs sont également donnés au Conseil d'Administration pour constater la réalisation des augmentations ou réductions de capital et apporter aux statuts les modifications nécessaires en cas d'utilisation de la présente autorisation, ainsi que pour procéder à toutes informations, publications et formalités nécessaires.

La présente autorisation expirera à la date de la plus prochaine Assemblée Générale à caractère extraordinaire et, au plus tard, à l'issue d'une période de vingt-six mois à compter de ce jour.

## Cinquième résolution

### **AUTORISANT LE CONSEIL D'ADMINISTRATION À RÉDUIRE LE CAPITAL PAR ANNULATION D' ACTIONS**

L'assemblée générale statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Extraordinaires et connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration et de celui des commissaires aux comptes, autorise le Conseil d'Administration, avec faculté de délégation :

- a) à annuler en une ou plusieurs fois les actions acquises au titre de la mise en oeuvre de l'autorisation donnée à la sixième résolution de l'Assemblée Générale Ordinaire tenue ce jour ou toute résolution qui viendrait s'y substituer, dans la limite de 10 % du capital par période de vingt-quatre mois et à réduire corrélativement le capital social en imputant la différence entre la valeur de rachat des titres annulés et leur valeur nominale sur les primes et réserves disponibles,

- b) à modifier en conséquence les statuts et à accomplir toutes formalités nécessaires.

Cette autorisation expire à l'issue de l'assemblée générale appelé à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2000.

## Sixième résolution

### **DÉLÉGATION AU CONSEIL D'ADMINISTRATION À L'EFFET D'ÉMETTRE DES OPTIONS DE SOUSCRIPTION D' ACTIONS OU D'ACHAT D' ACTIONS RÉSERVÉES AUX MANDATAIRES ET AUX SALARIÉS**

L'assemblée générale, connaissance prise du rapport du conseil d'administration et du rapport spécial des commissaires aux comptes, autorise le conseil d'administration, avec faculté de subdélégation au président, dans le cadre des articles 208-1 et suivants de la loi n° 66-357, modifiée et complétée du 24 juillet 1966 sur les sociétés commerciales, à consentir aux mandataires sociaux, aux salariés ou à certains d'entre eux de la société Ipsos S.A. et des sociétés liées à elles dans les conditions de l'article 208-4 de la loi n° 66-357, modifiée et complétée du 24 juillet 1966, des options de souscription d'actions ordinaires nouvelles de la société Ipsos S.A., à émettre à titre d'augmentation de capital, ainsi que des options donnant droit à l'achat d'actions Ipsos acquises par la société dans les conditions légales,

Le délai pendant lequel le conseil d'administration pourra faire usage de cette autorisation est fixé à cinq ans à compter du jour de la présente assemblée. Il pourra utiliser cette autorisation en une ou plusieurs fois.

La présente autorisation comporte, au profit des bénéficiaires des options de souscription, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions qui seront émises au fur et à mesure des levées d'option.

Le nombre total des options de souscription d'actions qui pourront être consenties portera sur 6% de la totalité des actions représentant le capital de la société au jour de la présente assemblée, soit 314 080 options.

L'assemblée générale délègue au conseil d'administration dans les limites fixées ci-dessus, avec faculté de subdélégation dans les conditions légales, les pouvoirs nécessaires pour mettre en œuvre la présente résolution et notamment pour :

- fixer dans les conditions légales, les dates auxquelles seront consenties les options,
- fixer le prix de souscription et le prix d'achat dans la limite et selon les modalités prévues par la loi,
- déterminer les dates de chaque attribution, fixer les conditions dans lesquelles seront consenties les options, arrêter la liste des bénéficiaires des options et décider du nombre d'actions que chacun pourra souscrire ou acquérir,
- fixer les conditions d'exercice des options, l'exercice pouvant être suspendu temporairement,
- décider des conditions dans lesquelles le prix et le nombre des actions seront ajustés,
- accomplir tous actes et formalités, notamment pour les augmentations de capital qui pourraient être réalisées, modifier les statuts et faire le nécessaire.

Cette autorisation se substitue à l'autorisation donnée par l'Assemblée Générale Extraordinaire du 28 juillet 1998 dans sa deuxième résolution.

## Septième résolution

### **POUVOIRS**

L'assemblée générale délègue tous pouvoirs au porteur d'une copie ou d'un extrait des présentes à l'effet d'accomplir toutes les formalités légales.



99, rue de l'Abbé Groult - 75739 Paris cedex 15 - France  
Tél. : 33 (0) 1 53 68 28 28 - Fax : 33 (0) 1 53 68 01 82