



**INTRODUCTION  
AU NOUVEAU MARCHÉ  
DE LA BOURSE DE PARIS  
le 1<sup>er</sup> juillet 1999**

**PROSPECTUS PRÉLIMINAIRE**

**mis à la disposition du public à l'occasion de l'introduction  
au Nouveau Marché de la Bourse de Paris**



Société Générale

**Introduceur - Teneur de marché  
Teneur de Livre**



Warburg Dillon Read

**Introduceur - Teneur de marché associé**



SG Securities (Paris) SA



Warburg Dillon Read (France) SA

**Teneurs de marché**

# S O M M A I R E

<b>1 - RESPONSABLE DU PROSPECTUS PRELIMINAIRE ET RESPONSABLES DU CONTROLE DES COMPTES</b>	<b>4</b>
<b>1.1 RESPONSABLES DU PROSPECTUS PRELIMINAIRE</b>	
<b>1.2 ATTESTATION DES RESPONSABLES DU PROSPECTUS PRELIMINAIRE</b>	
<b>1.3 RESPONSABLES DU CONTROLE DES COMPTES</b>	
<b>1.4 ATTESTATION DES COMMISSAIRES AUX COMPTES</b>	
<b>1.5 ATTESTATION DES INTRODUCTEURS TENEURS DE MARCHÉ</b>	
<b>1.6 RESPONSABLES DE L'INFORMATION</b>	
<b>2 - RENSEIGNEMENTS RELATIFS AUX TITRES ADMIS</b>	<b>7</b>
<b>2.1 RENSEIGNEMENTS RELATIFS A L'ADMISSION DES ACTIONS A LA COTE DU NOUVEAU MARCHÉ</b>	<b>7</b>
2.1.1 Titres dont l'admission est demandée	
2.1.2 Pourcentage en capital et en droits de vote	
2.1.3 Date d'introduction et de première cotation prévue	
2.1.4 Forme des actions	
2.1.5 Date de jouissance	
2.1.6 Libellé à la Cote du Nouveau marché	
2.1.7 Titres mis à la disposition du marché	
2.1.8 Service des titres et centralisation du service financier	
2.1.9 Etablissement financier "Introducteur Teneur de Marché"	
2.1.10 Etablissement financier "Introducteur Teneur de Marché-Associé"	
2.1.11 Etablissements "Teneurs de Marché"	
2.1.12 Charges relatives à l'introduction	
2.1.13 But de l'introduction en Bourse	
<b>2.2 RENSEIGNEMENTS RELATIFS A L'OPERATION</b>	<b>8</b>
2.2.1 Cadre de l'opération	
2.2.2 Modalités des augmentations de capital décidées par l'Assemblée Générale Extraordinaire	
2.2.3 Caractéristiques communes à l'Offre à Prix Ferme et au Placement Garanti	
2.2.4 Caractéristiques principales de l'Offre à Prix Ferme	
2.2.5 Caractéristiques principales du Placement Garanti	
2.2.6 Augmentation de capital réservée aux adhérents du Plan Epargne Groupe d'Ipsos	
<b>2.3 RENSEIGNEMENTS GENERAUX SUR LES TITRES DONT L'ADMISSION EST DEMANDEE</b>	<b>14</b>
2.3.1 Droits attachés aux actions	
2.3.2 Négociabilité des actions	
2.3.3 Nantissement	
2.3.4 Forme des actions	
2.3.5 Mode d'inscription en compte des actions	
2.3.6 Régime fiscal	
2.3.7 Place de cotation	
2.3.8 Tribunaux compétents	
<b>3 - RENSEIGNEMENTS DE CARACTERE GENERAL CONCERNANT IPSOS ET SON CAPITAL</b>	<b>18</b>
<b>3.1 RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LA SOCIETE</b>	<b>18</b>
3.1.1 Dénomination sociale	
3.1.2 Siège social	
3.1.3 Date de constitution et durée de la Société	
3.1.4 Forme juridique	
3.1.5 Registre du Commerce et des Sociétés	
3.1.6 Code NAF et dénomination du secteur d'activité	
3.1.7 Lieu où peuvent être consultés les documents et renseignements relatifs à la Société	
3.1.8 Objet social	
3.1.9 Exercice social	
3.1.10 Assemblées Générales	
3.1.11 Affectation et répartition des résultats	
3.1.12 Clauses statutaires particulières	
3.1.13 Rachat par la Société de ses propres actions	
3.1.14 Cession des actions	
<b>3.2 RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LE CAPITAL SOCIAL</b>	<b>21</b>
3.2.1 Capital social	
3.2.2 Evolution du capital social depuis 5 ans	

3.2.3	Répartition du capital et des droits de vote	
3.2.4	Capital autorisé non émis	
3.2.5	Augmentation de capital réservée aux adhérents du Plan Epargne Groupe d'Ipsos	
3.2.6	Capital potentiel	
3.2.7	Autres titres donnant accès au capital	
3.2.8	Titres non représentatifs du capital	
3.2.9	Pacte d'actionnaires	
3.2.10	Engagement de conservation	
3.2.11	Dividendes et politique de distribution	
<b>4</b>	<b>- RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITÉ DE L'EMETTEUR</b>	<b>26</b>
<b>4.1</b>	<b>PRÉSENTATION GÉNÉRALE D'IPSOS</b>	<b>26</b>
4.1.1	Historique	
4.1.2	Organisation du Groupe	
4.1.3	Chiffres clés des deux derniers exercices	
<b>4.2</b>	<b>DESCRIPTION DES ACTIVITÉS DU GROUPE IPSOS</b>	<b>36</b>
4.2.1	Marketing	
4.2.2	La mesure de l'efficacité publicitaire	
4.2.3	Les médias	
4.2.4	Les études d'opinion et la recherche sociale	
4.2.5	La satisfaction de clientèle	
<b>4.3</b>	<b>DESCRIPTION DES MARCHÉS D'IPSOS ET DE LA CONCURRENCE</b>	<b>38</b>
4.3.1	Un marché en croissance	
4.3.2	Un environnement concurrentiel vif et en pleine mutation	
4.3.3	Les principaux acteurs	
4.3.4	Le cadre réglementaire du marché des études	
<b>4.4</b>	<b>DESCRIPTION DE LA CLIENTÈLE DU GROUPE IPSOS</b>	<b>48</b>
<b>4.5</b>	<b>LES MOYENS MIS EN OEUVRE DANS LA REALISATION DES ETUDES</b>	<b>49</b>
4.5.1	L'administration des questionnaires	
4.5.2	L'utilisation des nouvelles technologies	
<b>4.6</b>	<b>LES INVESTISSEMENTS EN MATERIEL ET LES FOURNISSEURS</b>	<b>53</b>
4.6.1	L'évolution des systèmes d'information	
4.6.2	Les locaux	
4.6.3	Les investissements en matériel	
4.6.4	Les fournisseurs	
<b>4.7</b>	<b>DESCRIPTION DU MANAGEMENT ET DES RESSOURCES HUMAINES</b>	<b>55</b>
4.7.1	Le management	
4.7.2	Les ressources humaines et l'environnement social	
<b>4.8</b>	<b>FACTEURS DE RISQUES</b>	<b>56</b>
4.8.1	Sensibilité aux évolutions macro-économiques	
4.8.2	Saisonnalité de l'activité et des résultats	
4.8.3	Risque de perte de chiffre d'affaires lié au départ de managers clés	
4.8.4	Risque d'évolution de la législation du travail	
4.8.5	Risque informatique, euro, an 2000	
4.8.6	Risques de taux et de change	
<b>4.9</b>	<b>EVOLUTION RECENTE ET PERSPECTIVES D'AVENIR</b>	<b>58</b>
4.9.1	La stratégie du Groupe Ipsos	
4.9.2	Evolution récente	
4.9.3	Perspectives d'avenir	
<b>4.10</b>	<b>FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES</b>	<b>62</b>
<b>4.11</b>	<b>GLOSSAIRE</b>	<b>63</b>
<b>5</b>	<b>- SITUATION FINANCIERE - RESULTATS</b>	<b>65</b>
<b>5.1</b>	<b>COMPTES CONSOLIDÉS AU 31 DECEMBRE 1998</b>	<b>65</b>
5.1.1	Rapport des Commissaires aux Comptes sur les comptes consolidés au 31 décembre 1998	
5.1.2	Etats financiers consolidés au 31 décembre 1998	
<b>5.2</b>	<b>COMPLÉMENTS D'INFORMATION SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS</b>	<b>86</b>
<b>5.3</b>	<b>COMPTES SOCIAUX IPSOS AU 31 DECEMBRE 1998</b>	<b>89</b>
5.3.1	Rapport général des Commissaires aux Comptes	
5.3.2	Etats financiers sociaux au 31 décembre 1998	
<b>5.4</b>	<b>RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES</b>	<b>108</b>
<b>6</b>	<b>- RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ADMINISTRATION, LA DIRECTION ET LE CONTROLE DE LA SOCIETE</b>	<b>109</b>
<b>6.1</b>	<b>MEMBRES ET FONCTIONS DES ORGANES DE DIRECTION</b>	
<b>6.2</b>	<b>REMUNERATION DES ORGANES DE DIRECTION</b>	

# 1

## Responsable du prospectus préliminaire et responsables du contrôle des comptes

### 1.1 RESPONSABLES DU PROSPECTUS PRÉLIMINAIRE

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

### 1.2 ATTESTATION DES RESPONSABLES DU PROSPECTUS PRÉLIMINAIRE

“A notre connaissance, les données du présent prospectus préliminaire 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 CONTRÔLE DES COMPTES

#### COMMISSAIRES AUX COMPTES TITULAIRES :

- ERNST & YOUNG AUDIT  
représenté par M. Gabriel Galet  
34, boulevard 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 appelée à statuer  
sur les comptes de l'exercice  
clos le 31 décembre 2002.

#### COMMISSAIRES AUX COMPTES SUPPLÉMENTAIRES :

- 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 prospectus préliminaire établi à l'occasion de l'admission des titres de la société à la cote du Nouveau Marché.

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

### Informations financières et comptables historiques

Les comptes annuels et consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 1997 arrêtés par le conseil d'administration ont fait l'objet de la part des cabinets JPA et COGERCO FLIPO d'un audit conformément aux normes de la profession, qui les a conduit à certifier ces comptes sans réserve ni observation.

Le cabinet ERNST & YOUNG Audit a été nommé commissaire aux comptes par l'assemblée générale du 17 décembre 1998.

Les comptes annuels et consolidés de l'exercice clos 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 œuvre 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 prospectus 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 figurant dans le chapitre 4.9.3 du présent prospectus 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 prospectus.

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 prospectus préliminaire 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 14 juin 1999

COGERPO - FLIPO  
Francis Pons

JPA  
Danielle Bardreau  
Gilbert-Jacques Potdevin

ERNST & YOUNG Audit  
Gabriel Galet

## 1.5 ATTESTATION DES INTRODUCTEURS TENEURS DE MARCHÉ

“Agissant en qualité d'Introducteur Teneur de Marché – Teneur de livre et de Introducteur Teneur de Marché-Associé de la société Ipsos dans le cadre de son admission sur le Nouveau Marché, et considérant que les documents sur lesquels nous nous sommes fondés et qui nous ont été présentés étaient exacts et complets et les déclarations qui nous ont été faites, sincères, nous avons effectué les travaux suivants :

- examen des documents :
  - statuts, rapports de gestion et comptes, procès-verbaux des assemblées générales et des réunions du conseil d'administration des deux derniers exercices et de l'exercice en cours ;
  - contrats et engagements dont la Société a estimé qu'ils pouvaient avoir une incidence significative sur

son avenir ;

- engagements des actionnaires en vue de l'Introduction sur le Nouveau Marché.

- consultation des commissaires aux comptes de la Société,
- participation à de multiples réunions avec les dirigeants du Groupe et de ses principales filiales, ainsi qu'avec les actionnaires et les conseillers juridiques de la Société,
- visite des installations en France et en Grande-Bretagne.

Par ailleurs, nous avons diligenté un avocat afin de passer en revue les principaux contrats liant la Société à ses salariés, ses partenaires et ses clients, ainsi que sa situation fiscale. Un cabinet indépendant d'expertise comptable a également effectué une revue limitée du contrôle interne de la Société. Les objectifs financiers préparés par Ipsos sont présentés au paragraphe 4.9 du présent prospectus préliminaire.

Ni la Société Générale, ni Warburg Dillon Read, n'ont vérifié de façon indépendante les données sous-jacentes à la formulation par la Société de ses objectifs financiers.

Ni la Société Générale, ni Warburg Dillon Read, n'acceptent aucune responsabilité en ce qui concerne les objectifs financiers de la Société, leur formulation par la Société ou leur réalisation ou non réalisation.

Sous réserve de ce qui précède, à notre connaissance, le prospectus préliminaire ne comporte pas de contradiction, ni d'information sur des points significatifs que nous estimerions trompeuse par rapport aux éléments dont nous avons eu connaissance ou que nous avons demandés.

En qualité de Teneurs de Marché, SG Securities (Paris) SA, filiale détenue intégralement par la Société Générale, et Warburg Dillon Read (France) SA, filiale détenue intégralement par UBS AG, se sont engagées à établir (ou faire établir par leurs maisons mères) et à diffuser une analyse financière de la société lors de l'introduction sur le Nouveau Marché et à l'issue des deux exercices suivants et à assurer, pendant les trois années suivant l'introduction, la tenue de marché dans le cadre des contrats de tenue de marché et de liquidité passés entre la société Ipsos, la Société Générale, SG Securities (Paris) SA, UBS SA et Warburg Dillon Read (France) SA.”

Société Générale,

*Introducteur-Teneur de Marché, Teneur de Livre*

UBS AG, agissant par l'intermédiaire de Warburg Dillon Read,

*Introducteur-Teneur de Marché-Associé*

SG Securities (Paris) SA, *Teneur de Marché*

Warburg Dillon Read (France) SA, *Teneur de Marché*

## **1.6 RESPONSABLES DE L'INFORMATION**

Monsieur Christian Lamolinerie, Directeur Général (Tél. : 01.53.68.28.18)

Madame Laurence Stoclet, Directeur Financier (Tél. : 01.53.68.19.45)

99, rue de l'Abbé Groult - 75015 Paris

## Renseignements relatifs aux titres admis

### 2.1 RENSEIGNEMENTS RELATIFS A L'ADMISSION DES ACTIONS A LA COTE DU NOUVEAU MARCHÉ

#### 2.1.1 TITRES DONT L'ADMISSION EST DEMANDÉE

4 447 600 actions ordinaires de F 5 nominal chacune (€ 0,76), après division du nominal auxquelles s'ajouteront les actions nouvelles non encore émises pour un total d'environ 791 000 actions (741 000 actions offertes au public et 50 000 actions réservées aux salariés) (cf § 2.2.2), soit un total d'environ 5 238 600 actions.

#### 2.1.2 POURCENTAGE EN CAPITAL ET EN DROITS DE VOTE

Les actions admises représentent 100 % du capital et des droits de vote de la Société.

#### 2.1.3 DATE D'INTRODUCTION ET DE PREMIÈRE COTATION PRÉVUE

Le 1<sup>er</sup> juillet 1999 pour les 4 447 600 actions composant le capital de la Société (après division du nominal) et pour les actions nouvelles provenant de l'augmentation de capital.

#### 2.1.4 FORME DES ACTIONS

A compter de l'admission, les actions seront nominatives ou au porteur, au choix de l'actionnaire. Elles seront admises aux opérations de la SICOVAM.

#### 2.1.5 DATE DE JOUISSANCE

1<sup>er</sup> janvier 1999.

#### 2.1.6 LIBELLÉ À LA COTE DU NOUVEAU MARCHÉ

Ipsos.

#### 2.1.7 TITRES MIS À LA DISPOSITION DU MARCHÉ

Environ 2 531 863 actions seront offertes au public, soit environ 48,3 % du capital et 36,1 % des droits de vote après augmentation de capital.

A ces actions sont susceptibles de s'ajouter 253 187 titres environ provenant de l'éventuel exercice de l'option de surallocation décrite au § 2.2.1.

#### 2.1.8 SERVICE DES TITRES ET CENTRALISATION DU SERVICE FINANCIER

Société Générale - Services Bancaires Titres et Bourse, BP 81.236 - 44312 NANTES Cedex 3.

#### 2.1.9 ÉTABLISSEMENT FINANCIER "INTRODUCTEUR TENEUR DE MARCHÉ"

Société Générale.

#### 2.1.10 ÉTABLISSEMENT FINANCIER "INTRODUCTEUR TENEUR DE MARCHÉ-ASSOCIÉ"

UBS SA agissant par l'intermédiaire de Warburg Dillon Read.

### 2.1.11 ÉTABLISSEMENTS “TENEURS DE MARCHÉ”

SG Securities (Paris) SA.

Warburg Dillon Read (France) SA.

### 2.1.12 CHARGES RELATIVES À L'INTRODUCTION

Le montant des honoraires, frais légaux et administratifs ainsi que le montant des rémunérations globales des intermédiaires financiers à la charge de la Société Ipsos s'élèveraient à environ MF 16 HT, soit MF 19 TTC. Le montant exact figurera dans le prospectus définitif. Le produit brut de l'augmentation de capital réalisée à l'occasion de l'introduction en Bourse devrait s'élever à environ 150 MF (prime d'émission incluse) ; le produit de l'augmentation de capital, net de charges relatives à l'introduction, devrait s'élever à 131 MF (prime d'émission incluse). Les charges relatives à l'introduction seront comptabilisées en déduction de la prime d'émission.

### 2.1.13 BUT DE L'INTRODUCTION EN BOURSE

En demandant l'admission des actions à la cote du Nouveau Marché de la Bourse de Paris, Ipsos souhaite se doter des moyens nécessaires à la poursuite et à l'accélération de sa croissance internationale (notamment par acquisitions) tout en conservant son autonomie. La cotation lui permettra par ailleurs de renforcer son positionnement auprès de ses grands clients internationaux par rapport à ses concurrents déjà cotés (cf. paragraphe 4.3.3).

## 2.2 RENSEIGNEMENTS RELATIFS A L'OPÉRATION

### 2.2.1 CADRE DE L'OPÉRATION

#### • Origine des titres

– 1 790 863 actions environ sont cédées par un groupe d'actionnaires, dans les proportions suivantes :

ACTIONNAIRES	NOMBRE DE TITRES DÉTENUS	CESSIONS	
		Nombre d'actions cédées lors de l'introduction	% du nombre d'actions détenues
Kurun (1)	1 506 930	1 426 930	94,7 % (2)
Amstar (1)	429 120	199 220	46,4 %
Société Générale Capital Développement	285 400	164 713	57,7 %

(1) Kurun est un fond d'investissement du Groupe Artémis (François Pinault), associé au fond d'investissement Amstar (Walter Butler).

(2) Les 5,3 % restants (environ 80 000 titres) feront l'objet d'une cession au prix d'introduction aux managers de la filiale sud-américaine du Groupe (cf.infra).

– par ailleurs, est proposé au public un maximum de 741 000 actions nouvelles provenant d'une augmentation de capital autorisée par l'Assemblée Générale Extraordinaire des actionnaires du 31 mai 1999 (cf. paragraphe 2.2.2), qui a décidé la suppression du droit préférentiel de souscription. Ces actions nouvelles seront mises à la disposition du marché, en même temps et aux mêmes conditions que les actions anciennes cédées par le groupe d'actionnaires.

La totalité des actions anciennes et nouvelles jouiront des mêmes droits et porteront jouissance au 1<sup>er</sup> janvier 1999.

Par ailleurs, aux seules fins de couvrir d'éventuelles surallocations intervenant dans le cadre du Placement Garanti, les actionnaires vendeurs consentiront à la Société Générale pour le compte du syndicat bancaire, au prorata du nombre d'actions cédées à l'introduction, une option d'achat permettant d'acquérir environ 253 187 actions supplémentaires (soit 10 % du montant initial de l'offre) au prix d'introduction. Cette option d'achat est valable jusqu'au trentième jour suivant la date de règlement/livraison des titres.

En fonction du nombre de titres existants cédés au public et du nombre d'actions nouvelles émises dans le cadre de l'augmentation de capital par souscription publique, les actions mises à la disposition du public dans le cadre de la présente opération représentent :

	% DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE APRÈS AUGMENTATION DE CAPITAL HORS OPTION DE SURALLOCATION (1)		% DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE APRÈS AUGMENTATION DE CAPITAL APRÈS EXERCICE DE L'OPTION DE SURALLOCATION (2)	
	% du capital	% des droits de vote	% du capital	% des droits de vote
<b>Nombre de titres mis à disposition du public</b>	<b>48,3 %</b>	<b>36,1 %</b>	<b>53,2 %</b>	<b>39,7 %</b>

(1) sur la base d'une augmentation de capital d'environ 741 000 actions et d'une cession de 1 790 863 actions environ.

(2) sur la base d'une augmentation de capital d'environ 741 000 actions et d'une cession de 2 044 050 actions environ, incluant l'exercice d'une option de surallocation portant sur 253 187 titres environ.

- par ailleurs, 50 000 actions nouvelles environ sont offertes aux salariés à l'occasion d'une augmentation de capital réservée aux salariés (directement et, indirectement, via un FCP), dans le cadre d'un Plan d'Épargne Groupe, autorisée par l'Assemblée Générale Extraordinaire des actionnaires du 31 mai 1999 (cf. paragraphes 2.2.6 et 3.2.5).
- en outre, environ 80 000 actions supplémentaires feront l'objet d'une cession par Artémis (fonds Kurun) aux managers de la filiale sud-américaine du Groupe, au prix d'introduction.

#### • Procédure d'introduction

Dans le cadre des articles 3.2.3 et 3.2.5 des Règles de Fonctionnement du Nouveau Marché, l'introduction en bourse des actions Ipsos sera réalisée selon la procédure d'une Offre à Prix Ferme associée à un Placement Garanti.

Environ 15 % des actions, soit de l'ordre de 379 780 actions, feront l'objet d'une Offre à Prix Ferme et environ 85 % des actions soit de l'ordre de 2 152 083 actions, feront l'objet d'un Placement Garanti en France et à l'étranger, à l'exception des Etats-Unis d'Amérique. Cette répartition est susceptible d'être ajustée en fonction de la nature des demandes.

Après concertation des Établissements Financiers Introdacteur et Introdacteur-Associé avec la Société, le nombre d'actions offertes dans le cadre du Placement Garanti pourra être réduit dans la limite d'un nombre maximal de 100 000 actions, afin d'augmenter le nombre d'actions offertes dans le cadre de l'Offre à Prix Ferme.

Inversement, le nombre d'actions offertes dans le cadre du Placement Garanti pourra être augmenté dans la limite d'un nombre maximum de 100 000 actions par prélèvement sur l'Offre à Prix Ferme, dans le cas où l'OPF ne serait pas entièrement souscrite.

Les modalités définitives de l'Offre à Prix Ferme et du Placement Garanti (nombre de titres, prix ...) feront l'objet d'un avis publié par la Société du Nouveau Marché, et d'un prospectus définitif visé par la Commission des Opérations de Bourse.

#### 2.2.2 MODALITÉS DES AUGMENTATIONS DE CAPITAL DÉCIDÉES PAR L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE EXTRAORDINAIRE

Par décision de l'Assemblée Générale Extraordinaire du 31 mai 1999, le capital social a été modifié de la manière suivante :

- division par 2 de la valeur nominale de l'action pour la ramener à F 5 avec multiplication corrélative, par le même coefficient, du nombre d'actions existantes pour le porter à 4 447 600. La division du capital en actions de F 5 a donné lieu à l'échange d'une action ancienne de F 10 nominal contre 2 actions nouvelles de F 5 nominal,
- par ailleurs, l'Assemblée Générale Extraordinaire a autorisé le Conseil d'Administration à augmenter le capital social par l'émission de valeurs mobilières, dans un délai de 26 mois, en une ou plusieurs fois, avec suppression du droit préférentiel de souscription, dans la limite d'un plafond nominal global de 8,5 millions de francs.

Dans le cadre de cette autorisation, le Conseil d'Administration décidera le 25 juin 1999 des modalités définitives de l'augmentation de capital (nombre d'actions mises à la disposition du marché, prix...)

qui feront l'objet d'un prospectus définitif visé par la Commission des Opérations de Bourse et d'un rapport des commissaires aux comptes.

La souscription des actions nouvelles devrait être garantie au plus tard le 25 juin 1999 par la Société Générale et Warburg Dillon Read, de manière irrévocable. Les mentions relatives à la résiliation de la garantie figurent ci-après au § 2.2.3.

- En outre, 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 1996, 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.

### **2.2.3 CARACTÉRISTIQUES COMMUNES À L'OFFRE À PRIX FERME ET AU PLACEMENT GARANTI**

#### **Prix de l'Offre à Prix Ferme et du Placement Garanti**

Le prix d'offre des actions dans le cadre de l'Offre à Prix Ferme et dans celui du Placement Garanti sera identique.

Le prix d'introduction sera déterminé la veille du début de l'Offre à Prix Ferme et du Placement Garanti, soit le 25 juin 1999. Il résultera de la confrontation de l'offre de titres et des demandes d'achat émises par les investisseurs selon la technique dite de "construction du livre d'ordres", telle que développée par les usages professionnels.

Dès sa fixation, le prix fera l'objet d'un avis de la Société du Nouveau Marché annonçant l'ouverture de l'Offre à Prix Ferme.

#### **Fourchette de prix**

Le prix des actions pourrait se situer dans une fourchette comprise entre € 29 et € 33,5 (F 190,23 et F 219,75) par action. Cette information est donnée à titre strictement indicatif et ne préjuge pas du prix d'offre qui pourra être fixé en dehors de cette fourchette.

#### **Éléments d'appréciation de la fourchette de prix**

- fourchette de prix indicative proposée par action € 29 et € 33,5 (F 190,23 et F 219,75)
- quote-part des capitaux propres consolidés par action avant augmentation de capital à l'occasion de l'introduction en Bourse 45,9 F  
(sur la base du bilan au 31/12/98 proforma\*)
- quote-part des capitaux propres consolidés (sur la base du bilan 67,3 F  
au 31/12/98 proforma) par action après augmentation de capital par émission maximale de 788 530 actions sur la base du bas de la fourchette de prix, avant imputation des frais d'émission
- quote-part des capitaux propres consolidés (sur la base du bilan 69,0 F  
au 31/12/98 proforma) par action après augmentation de capital par émission maximale de 682 608 actions sur la base du haut de la fourchette de prix, avant imputation des frais d'émission

COMPTES CONSOLIDÉS AU 31 DÉCEMBRE	1998	
	MF	M€
Chiffre d'affaires	1 307,4	199,3
Résultat net part du Groupe avant Goodwill	22,3	3,4
Bénéfice net par action avant Goodwill*	5,02	0,77
PER** sur la base d'un prix de € 29 (F 190,23)		37,8
PER** sur la base d'un prix de € 33,5 (F 219,75)		43,7
Multiple d'actif net consolidé*		
Sur la base d'un prix de € 29 (F 190,23)		4,1
Sur la base d'un prix de € 33,5 (F 219,75)		4,8
Rendement brut par action (en %)		
Sur la base d'un prix de € 29 (F 190,23)		NS
Sur la base d'un prix de € 33,5 (F 219,75)		NS
Rendement net par action (en %)		
Sur la base d'un prix de € 29 (F 190,23)		NS
Sur la base d'un prix de € 33,5 (F 219,75)		NS

\* sur la base d'un nombre d'actions de 4 447 600 : bilan au 31/12/98 proforma après conversion des OC et augmentation de capital réservée (le 31/05/99).

\*\* sur la base du bénéfice net part du groupe avant amortissement des écarts d'acquisition et des fonds de commerce et leur incidence fiscale.

### Garantie

L'Offre à Prix Ferme et le Placement Garanti devraient être garantis par la Société Générale et Warburg Dillon Read.

Le contrat de garantie, en ce qu'il porte sur les actions nouvelles émises par appel public à l'Épargne, fera l'objet d'une garantie de bonne fin conformément à l'article 191-1 de la loi du 24 juillet 1966 ; il pourra toutefois être résolu en cas de survenance de certains événements rendant impossible ou compromettant sérieusement l'offre de titres objet des présentes, tels qu'un changement défavorable significatif dans la situation financière du groupe Ipsos ou une modification dans les conditions de marché résultant de la survenance d'un événement d'ordre politique, financier ou économique ou d'une fermeture exceptionnelle et prolongée de la Bourse de Paris.

### Durée de l'Offre à Prix Ferme et du Placement Garanti

L'Offre à Prix Ferme et le Placement Garanti seront réalisés pendant la même période précédant la cotation des actions, soit du 28 juin 1999 au 30 juin 1999 inclus. **Toutefois, le Placement Garanti pourra être clos par anticipation sans préavis sauf pour les personnes physiques.**

### Règlement et livraison

Le règlement et la livraison des titres interviendront le 3<sup>ème</sup> jour de bourse qui suivra la publication de l'avis de résultat de l'Offre à Prix Ferme par la Société du Nouveau Marché. Les actions seront inscrites au compte de chaque acquéreur à partir de la date de règlement. Elles seront admises aux opérations de la SICOVAM.

### Contrats de liquidité et de tenue de marché

Deux contrats de liquidité et de tenue de marché seront conclus, au plus tard le 25 juin 1999, entre Ipsos, la Société Générale et SG Securities (Paris) SA, d'une part et entre Ipsos et Warburg Dillon Read (France) SA d'autre part, aux termes duquel des dispositions seront prévues qui concernent la liquidité, l'animation et la tenue de marché.

Dans le cadre de ces contrats, SG Securities (Paris) SA d'une part et Warburg Dillon Read (France) SA d'autre part, pourront effectuer les opérations de contrepartie sur les actions Ipsos dans les conditions prévues par les articles 2.2.2 - 2.2.4 - 2.2.5 et 2.2.6 des Règles de Fonctionnement du Nouveau Marché et du Chapitre III, titre 4 du Règlement Général du Nouveau Marché. Ces contrats seront conclus pour une période de trois ans renouvelable par tacite reconduction.

#### **2.2.4 CARACTÉRISTIQUES PRINCIPALES DE L'OFFRE À PRIX FERME**

##### **Nombre de titres offerts**

379 780 actions environ.

Le nombre d'actions offertes dans le cadre de l'OPF pourra être augmenté d'un nombre maximum de 100 000 titres prélevés sur les actions offertes dans le cadre du Placement Garanti.

Dans le cas où l'OPF ne serait pas entièrement souscrite, le nombre d'actions offertes dans le cadre de l'OPF pourra être réduit dans la limite d'un nombre maximum de 100 000 afin d'augmenter le nombre d'actions offertes dans le cadre du Placement Garanti.

Les modalités définitives de l'Offre à Prix Ferme seront précisées dans un avis de la Société du Nouveau Marché et feront l'objet d'un prospectus définitif commun au Placement Garanti, visé par la Commission des Opérations de Bourse, qui précisera le prix d'introduction.

##### **Ordres d'achat susceptibles d'être émis en réponse à l'Offre à Prix Ferme**

Un même donneur d'ordre ne peut émettre qu'un seul ordre d'achat. Cet ordre ne pourra être dissocié entre plusieurs intermédiaires et ne devra être confié qu'à un seul intermédiaire.

En application de l'article 3.2.8 des Règles de Fonctionnement du Nouveau Marché, les ordres d'achat seront servis prioritairement dans la limite de 100 titres dans le cas où tous les ordres d'achat ne pourraient être entièrement satisfaits.

L'avis de résultat de l'OPF qui sera publié par la Société du Nouveau Marché indiquera les réductions éventuelles appliquées aux ordres d'achat.

##### **Réception et transmission des ordres d'achat**

Les personnes désireuses de participer à l'Offre à Prix Ferme devront déposer leurs ordres d'achat auprès d'un intermédiaire financier habilité en France. Les ordres d'achat seront, même en cas de réduction, irrévocables.

Les intermédiaires financiers habilités en France transmettront à la Société du Nouveau Marché les ordres d'achat, selon le calendrier et les modalités précisés dans l'avis d'ouverture de l'Offre à Prix Ferme qui sera publié par la Société du Nouveau Marché, ainsi que dans le prospectus définitif qui sera visé par la Commission des Opérations de Bourse.

##### **Résultat de l'Offre à Prix Ferme**

Le résultat de l'Offre à Prix Ferme fera l'objet d'un avis publié par la Société du Nouveau Marché. Cet avis précisera le taux de réduction éventuellement appliqué aux ordres d'achat.

#### **2.2.5 CARACTÉRISTIQUES PRINCIPALES DU PLACEMENT GARANTI**

Les modalités définitives du Placement Garanti seront précisées dans le prospectus définitif, commun à l'Offre à Prix Ferme, visé par la Commission des Opérations de Bourse.

##### **Nombre de titres offerts**

Parallèlement à l'Offre à Prix Ferme, 2 152 083 actions environ feront l'objet d'un Placement Garanti en France et à l'étranger, à l'exclusion des Etats-Unis d'Amérique, dirigé par la Société Générale en tant qu'Introducteur et Warburg Dillon Read en tant que Co-Introducteur.

Le nombre d'actions offertes dans le cadre du Placement Garanti pourra être augmenté d'un nombre maximal de 100 000 titres prélevés sur l'OPF dans le cas où celle-ci ne serait pas entièrement souscrite. A l'inverse, le nombre d'actions offertes dans le cadre du Placement Garanti pourra être réduit dans la limite de 100 000 actions maximum, afin d'augmenter le nombre d'actions offertes dans le cadre de l'Offre à Prix Ferme.

Par ailleurs, aux seules fins de couvrir d'éventuelles surallocations intervenant dans le cadre du Placement Garanti, les actionnaires vendeurs consentiront à la Société Générale, une option d'achat permettant d'acquérir un maximum de 253 187 actions supplémentaires au prix d'introduction. Cette option d'achat est valable jusqu'au trentième jour suivant la date de règlement/livraison des titres.

Les demandes d'achat seront reçues exclusivement par les établissements garants du Placement Garanti.

## Résultat du Placement Garanti

Le résultat du Placement Garanti fera l'objet d'un avis publié par la Société du Nouveau Marché.

## Restrictions de placement

La diffusion du présent prospectus préliminaire, la souscription ou la vente des actions Ipsos peuvent, dans certains pays, faire l'objet d'une réglementation spécifique. Les personnes en possession du présent document préliminaire doivent s'informer des éventuelles restrictions locales et s'y conformer.

### 2.2.6 AUGMENTATION DE CAPITAL RÉSERVÉE AU PLAN D'ÉPARGNE GROUPE (PEG) D'IPROS

Ipsos a mis en place un PEG dont les bénéficiaires sont des salariés français et étrangers. Les principales caractéristiques de ce PEG sont décrites au paragraphe 3.2.5. Cette offre est réservée aux salariés titulaires d'un contrat de travail de droit local avec une entité du Groupe Ipsos au 1<sup>er</sup> juin 1999 et toujours en cours au moment de l'ouverture de la souscription. Le montant des souscriptions par salarié ne pourra excéder un plafond égal au quart de la rémunération annuelle brute. Conformément à la réglementation française sur les PEG, les actions souscrites, y compris par les salariés étrangers, seront bloquées 5 ans, sauf survenance de l'un des cas de déblocage anticipé prévus par la réglementation française.

Environ 50 000 actions devraient être émises au profit des salariés français et étrangers.

Le prix de souscription des actions réservées aux salariés, directement ou indirectement (via un FCPE) sera arrêté le 25 juin par le Conseil d'Administration d'Ipsos d'après les 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.

Ce prix devrait se situer dans la fourchette de 25 euros et 29 euros par action (soit 164 francs et 190,23 francs par action).

Cette information est donnée à titre strictement indicatif et ne préjuge pas du prix de souscription définitif qui pourra être fixé en-dehors de cette fourchette.

#### • Calendrier

La souscription des salariés (directement ou indirectement via un FCPE Ipsos Actionnariat) s'ouvrira le 21 juin 1999 et sera close le 25 juin à midi heure locale. Les ordres sont révocables et les salariés auront la possibilité d'annuler leur ordre, après connaissance du prix de souscription, jusqu'au 29 juin à 17 heures (heure locale).

En cas de sursouscription, les ordres seront réduits dans les conditions suivantes :

Les demandes se situant au niveau ou en-dessous d'un plafond égal à l'offre moyenne, arrondie par défaut à la valeur la plus proche d'un nombre entier d'actions, seront intégralement satisfaites dans la limite de ce plafond.

Les demandes se situant au-dessus seront servies, dans un premier temps à hauteur du plafond.

L'offre globale restante sera, dans un deuxième temps, répartie proportionnellement aux fractions de demandes excédant le plafond.

Les salariés auront connaissance du nombre exact d'actions souscrites (après éventuellement réduction) le 30 juin 1999 au matin.

Le FCPE Ipsos Actionnariat souscrira le 30 juin 1999 à l'augmentation de capital réservée décidée par le Conseil d'Administration du 25 juin 1999.

#### • Prorogation de l'offre

Si la date de fixation du prix de l'Offre publique était prorogée à une date qui ne pourra être ultérieure de 3 mois à la décision du Comité des Admissions de la Société du Nouveau Marché, l'offre aux salariés dans le cadre du PEG serait également prorogée et les nouvelles conditions et dates de clôture seraient communiquées à l'ensemble du personnel concerné.

- *Condition de réalisation*

Il est précisé que l'augmentation du capital ne sera réalisée que sous condition de l'introduction en Bourse de la Société.

## **2.3 RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX SUR LES TITRES DONT L'ADMISSION EST DEMANDÉE**

Les dispositions statutaires indiquées ci-dessous sont celles qui seront en vigueur au plus tard le jour de l'introduction.

### **2.3.1 DROITS ATTACHÉS AUX ACTIONS**

Toutes les actions sont de même catégorie et bénéficient des mêmes droits, tant dans la répartition des bénéfices que dans le boni de liquidation.

Toutefois, 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 inscrites au nominatif préalablement à cette Assemblée Générale Extraordinaire (article 10 des statuts).

### **2.3.2 NÉGOCIABILITÉ DES ACTIONS**

Les actions sont toutes librement négociables, dans les conditions et selon les dispositions légales et réglementaires en vigueur.

### **2.3.3 NANTISSEMENT**

Après division par deux du nominal, 1 484 600 titres Ipsos, soit un peu moins du tiers du capital après prise en compte de l'augmentation de capital réalisée à l'occasion de l'introduction en bourse sont nantis par la société LT Participations au profit d'établissements bancaires, en garantie de financements contractés par LT Participations.

### **2.3.4 FORME DES ACTIONS**

Les actions entièrement libérées sont nominatives ou au porteur selon le choix de l'actionnaire dans le cadre des dispositions légales et réglementaires en vigueur.

### **2.3.5 MODE D'INSCRIPTION EN COMPTE DES ACTIONS**

Après l'introduction en Bourse, les actions seront inscrites au gré des propriétaires :

- en ce qui concerne les actions nominatives, en compte nominatif pur auprès de la Société ou en compte nominatif administré auprès d'un intermédiaire financier habilité,
- en ce qui concerne les actions au porteur, en compte auprès d'un intermédiaire financier habilité.

Les actions seront admises aux opérations de la SICOVAM.

La Société a prévu dans ses statuts, et conformément à la loi, la possibilité de rechercher l'identification des actions au porteur (article 7 des statuts).

### **2.3.6 RÉGIME FISCAL**

En l'état actuel de la législation, les dispositions suivantes résument les conséquences fiscales susceptibles de s'appliquer aux investisseurs. Les personnes physiques ou morales doivent néanmoins s'assurer, auprès de leur conseiller fiscal habituel, de la fiscalité s'appliquant à leur cas particulier. Le régime décrit ici est le régime connu pour l'année 1998.

Les non-résidents fiscaux français doivent se conformer à la législation fiscale en vigueur dans leur État de résidence.

## RÉSIDENTS FISCAUX FRANÇAIS

### *Personnes physiques détenant des titres dans leur patrimoine privé*

#### *Dividendes*

Les dividendes d'actions françaises, avoir fiscal de 50 % compris, sont pris en compte pour la détermination du revenu global du contribuable dans la catégorie des revenus de capitaux mobiliers ; ils bénéficient d'un abattement annuel de 16 000 francs pour les couples mariés soumis à une imposition commune et de 8 000 francs pour les personnes célibataires, veuves, divorcées ou mariées et imposées séparément.

Les dividendes sont actuellement imposés :

- après abattement, au barème progressif de l'impôt sur le revenu ;
- au prélèvement social de 2 % ;
- à la contribution sociale généralisée de 7,5 %, dont 5,1 % déductibles de l'impôt sur le revenu ;
- à la contribution pour le remboursement de la dette sociale de 0,5 %.

L'avoir fiscal attaché aux dividendes versés est imputable sur le montant global de l'impôt sur le revenu à payer ou remboursable en cas d'excédent.

#### *Plus-values*

En application de l'article 92 B du CGI, les plus-values réalisées par les personnes physiques sont imposables au taux de 26 % soit :

- 2 % au titre du prélèvement social,
- 7,5 % au titre de la contribution sociale généralisée,
- 0,5 % au titre de la contribution pour le remboursement de la dette sociale,
- 16 % en vertu de l'article 200 A2 du CGI,

si le montant global de leurs cessions de valeurs mobilières réalisées au cours de l'année civile en cours dépasse le seuil de 50 000 francs.

Les plus-values réalisées par les personnes physiques qui détiennent ou ont détenu directement ou indirectement au cours des cinq années précédant la cession, plus de 25 % des droits dans les bénéfices sociaux de la société sont imposables dès le premier franc, au taux indiqué ci-dessus.

En cas de moins-values, celles-ci peuvent être imputées sur les plus-values de même nature de l'année en cours et, éventuellement, des cinq années suivantes.

#### *Régime spécial des Plan d'Épargne en Actions (PEA)*

Les actions émises par des sociétés françaises sont éligibles au titre des actifs pouvant être détenus dans le cadre d'un PEA, institué par la loi n° 92-666 du 16 juillet 1992.

Sous certaines conditions, les dividendes perçus et les plus-values réalisées sont exonérées d'impôt sur le revenu, mais restent néanmoins soumis au prélèvement social, à la contribution sociale généralisée (CSG) et à la contribution pour le remboursement de la dette sociale (CRDS).

Le tableau ci-dessous résume les différents impôts applicables au 1<sup>er</sup> janvier 1999 en fonction de la date de clôture du PEA.

DURÉE DU PEA	PRÉLÈVEMENT SOCIAL	C.S.G.	C.R.D.S.	I.R.	TOTAL
Inférieure à 2 ans	2,00 %	7,50 %	0,50 %	22,50 %	32,50 % <sup>(1)</sup>
Comprise entre 2 et 5 ans	2,00 %	7,50 %	0,50 %	16,00 %	26,00 % <sup>(1)</sup>
Supérieure à 5 ans	2,00 % <sup>(3)</sup>	7,50 % <sup>(2)(3)</sup>	0,50 % <sup>(4)</sup>	00,00 %	10,00 %

(1) Sur la totalité des produits en cas de dépassement du seuil de cession.

(2) Limitée à 3,4 % pour les produits acquis entre le 1<sup>er</sup> janvier 1997 et le 31 décembre 1997.

(3) Pour les produits acquis à compter du 1<sup>er</sup> janvier 1998.

(4) Pour les produits acquis à compter du 1<sup>er</sup> février 1996.

### *Personnes morales passibles de l'impôt sur les sociétés*

#### *Dividendes*

Les dividendes reçus par des personnes morales soumises à l'impôt sur les sociétés, ainsi que l'avoir fiscal égal à 45 % du montant des dividendes versés, sont inclus dans la base imposable au taux normal de 33 1/3 % ; les avoirs fiscaux sont déductibles du montant de l'impôt sur les sociétés ainsi calculé.

En outre, sur la base du montant de l'impôt calculé comme indiqué ci-dessus et avant imputation des avoirs fiscaux, les personnes morales passibles de l'impôt sur les sociétés sont soumises à une contribution complémentaire :

- de 10%, pour les entreprises réalisant moins de 50 millions de francs de chiffre d'affaires, dont le capital est entièrement libéré et détenu de manière continue, pour au moins 75 %, par des personnes physiques ;
- de 10 % pour les autres entreprises et d'une majoration temporaire de 10 % pour les exercices clos en 1999.

Lorsque l'entreprise remplit les conditions et a opté pour le régime fiscal des sociétés mères, prévu aux articles 145, 146 et 216 du CGI, les dividendes perçus sont exclus de la base imposable sous déduction d'une quote-part pour frais et charges de 2,5 % du montant brut desdits dividendes (avoir fiscal inclus). Les avoirs fiscaux attachés à ces dividendes ne peuvent être utilisés en paiement de l'impôt sur les sociétés, mais peuvent être imputés sur le montant du précompte ; l'avoir fiscal étant dans ce cas égal à 50 % des dividendes perçus.

#### *Plus-values*

Les plus-values issues de la cession d'actions ayant le caractère de titres de participations ou qui sont fiscalement assimilées à des titres de participations sont éligibles au régime des plus values à long terme, sous réserve de satisfaire à l'obligation de constitution de la réserve spéciale de plus-values à long terme, et imposables :

- au taux de 20,9 %, pour les entreprises réalisant moins de 50 millions de francs de chiffre d'affaires, dont le capital est entièrement libéré et détenu de manière continue, pour au moins 75 %, par des personnes physiques, soit le taux réduit de 19 % plus la contribution de 10 % ;
- au taux de 22,8 % pour les autres entreprises, soit le taux réduit de 19 % plus la contribution de 10 % et la majoration temporaire de 10 % pour les exercices clos en 1999.

La cession de titres autres que des titres de participations donne lieu à la constatation d'un gain ou d'une perte compris dans le résultat imposable :

- au taux de 36 2/3 % pour les entreprises réalisant moins de 50 millions de francs de chiffre d'affaires, dont le capital est entièrement libéré et détenu de manière continue, pour au moins 75 %, par des personnes physiques soit le taux normal de 33 1/3 % plus la contribution de 10 % ;
- au taux de 40 % pour les autres entreprises, soit le taux normal de 33 1/3 % plus contribution de 10 % et la majoration temporaire de 10 % pour les exercices clos en 1999.

Les dotations aux provisions suivent le régime d'imposition sous lequel auraient été placées les moins-values si elles avaient été réalisées.

Les reprises de provisions suivent le régime d'imposition sous lequel ont été placées les dotations antérieurement constituées.

#### *Cas particulier des Sociétés de Capital Risque (SCR) et Fonds Communs de Placement à Risque (FCPR)*

Les SCR et les FCPR peuvent inclure, dans leurs portefeuilles exonérés, des actions de sociétés cotées sur le Nouveau Marché de la bourse de Paris à condition :

- que les titres soient acquis moins de cinq ans après l'introduction en bourse et qu'ils ne soient pas détenus plus de cinq ans ;
- que la société émettrice ait augmenté son capital d'un montant au moins égal à 50 % du montant global de l'opération d'introduction et qu'elle ait réalisé un chiffre d'affaires inférieur ou égal à 500 millions de francs au cours du dernier exercice clos avant sa première cotation ;
- que toutes les conditions, autres que celles tenant à la non-cotation, auxquelles sont soumis les autres titres éligibles à l'actif exonéré soient satisfaites.

Les SCR et les FCPR doivent néanmoins s'assurer, auprès de leur conseiller fiscal habituel, de la fiscalité s'appliquant à leur cas particulier.

#### *Contrats d'assurance-vie "DSK"*

Selon l'article 125 DAI 4<sup>e</sup> alinéa du CGI, sont exonérés d'impôt sur le revenu les produits attachés aux bons ou contrats en unités de comptes visés au deuxième alinéa de l'article L 131.1 du code des

assurances (contrat d'assurance-vie et bons ou contrats de capitalisation), d'une durée égale ou supérieure à huit ans et dont l'unité de compte est la part ou l'action d'un organisme de placement collectif en valeurs mobilières remplissant les conditions suivantes : l'actif doit être constitué pour 50% au moins d'actions françaises cotées ou de titres assimilés et pour 5% au moins de placements à risque, remplissant des conditions spécifiques dont les titres admis aux négociations sur le Nouveau Marché font partie.

### **NON RÉSIDENTS FISCAUX FRANÇAIS**

#### *Dividendes*

Les dividendes distribués par des sociétés dont le siège social est situé en France font l'objet d'une retenue à la source de 25 % lorsque le domicile fiscal ou le siège du bénéficiaire effectif est situé hors de France.

Cette retenue à la source peut être réduite, voire même supprimée, en application des conventions fiscales internationales.

Par exception, les dividendes de source française versés à des personnes qui n'ont pas leur domicile fiscal ou leur siège en France et ouvrant droit au transfert de l'avoir fiscal en vertu d'une convention en vue d'éviter les doubles impositions, ne supportent, lors de leur mise en paiement, que la retenue à la source au taux réduit prévu par la convention, à condition notamment que les personnes concernées justifient, avant la date de mise en paiement des dividendes, qu'elles ne sont pas résidentes en France au sens de cette convention (Instruction administrative 4-J-1-94 du 13 mai 1994).

#### *Plus-values*

L'imposition prévue à l'article 92 B du CGI ne s'applique pas aux plus-values réalisées à l'occasion de cessions à titre onéreux de valeurs mobilières effectuées par des personnes qui ne sont pas fiscalement domiciliées en France au sens de l'article 4 B du même code, ou dont le siège social est situé hors de France (Art. 244 bis C du CGI).

### **2.3.7 PLACE DE COTATION**

Les actions feront l'objet d'une demande d'admission des actions à la cote du Nouveau Marché de la Bourse de Paris. Aucune admission n'est en cours auprès d'une autre place financière.

### **2.3.8 TRIBUNAUX COMPÉTENTS**

Les tribunaux compétents en cas de litige sont ceux du siège social lorsque la Société est défenderesse et sont désignés en fonction de la nature des litiges, sauf disposition contraire du Nouveau Code de Procédure Civile.

# 3

## Renseignements de caractère général concernant Ipsos et son capital

### 3.1 RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LA SOCIÉTÉ

#### 3.1.1 DÉNOMINATION SOCIALE

Ipsos

#### 3.1.2 SIÈGE SOCIAL

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

#### 3.1.3 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.

#### 3.1.4 FORME JURIDIQUE

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

#### 3.1.5 REGISTRE DU COMMERCE ET DES SOCIÉTÉS

304 555 634 R.C.S. PARIS.

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

741 E - Études de marchés et sondages.

#### 3.1.7 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.

#### 3.1.8 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.

### **3.1.9 EXERCICE SOCIAL (ARTICLE 27 DES STATUTS)**

Du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre de chaque année.

### **3.1.10 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.

### **3.1.11 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.

### **3.1.12 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.

### 3.1.13 RACHAT PAR LA SOCIÉTÉ DE SES PROPRES ACTIONS

#### A - Objectifs du programme de rachat d'actions et utilisation des actions rachetées

La Société entend utiliser le programme de rachat d'actions pour intervenir si nécessaire sur le marché de son titre aux fins principalement :

- de régulariser le cours de son action,
- de les utiliser en vue de consentir des options d'achat d'actions à des salariés ou mandataires sociaux,
- de les attribuer à ses salariés,
- d'optimiser la gestion financière de ses fonds propres. Dans ce cadre, les actions pourront être annulées, conformément à la 5<sup>e</sup> résolution de l'Assemblée Générale Mixte du 31 mai 1999,
- de remettre les titres en paiement ou en échange, notamment dans le cas d'opérations de croissance externe,
- de permettre la sortie d'un ou plusieurs actionnaires minoritaires.

#### B - Cadre juridique

La mise en œuvre de ce programme qui s'inscrit dans le cadre législatif créé par la loi 98-348 du 2 juillet 1998 portant diverses dispositions d'ordre économique et financier, a été approuvé par l'Assemblée Générale Mixte du 31 mai 1999 dans sa sixième résolution à titre ordinaire, selon les termes suivants :

“L'Assemblée Générale :

1. autorise le Conseil d'Administration pour une période commençant à compter de la présente assemblée et expirant à l'issue de l'assemblée générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 1999 à faire racheter les actions propres de la société dans les conditions définies par l'article 217-2 et suivants de la loi du 24 juillet 1966 et par les règlements en vigueur ;
2. décide que ces rachats d'actions pourront s'opérer par tous moyens en une ou plusieurs fois, y compris en période d'offre publique, dans la limite maximale de 10 % du capital social,
3. décide que les prix maximum de rachat et de vente seront les suivants :
  - prix maximum d'achat par action : 350 % du prix d'introduction
  - prix minimum de vente par action : 30 % du prix d'introduction,le montant maximum des fonds destinés au rachat d'actions étant de 15 millions d'Euros, sous réserve du respect de l'article 217.3 alinéa 3 de la loi du 24 juillet 1966.
4. décide que ces actions pourront être rachetées en vue :
  - a) d'optimiser la gestion financière des fonds propres de la société
  - b) de régulariser le cours des actions de la société,
  - c) consentir des options d'achat d'actions aux salariés et mandataires sociaux de la société et/ou de son groupe, ou de leur proposer d'acquérir des actions dans les conditions prévues aux articles 443-1 et suivants du code du 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,
  - e) remettre les titres en paiement ou en échange, notamment dans le cas d'opérations de croissance externe,
  - f) permettre la sortie d'un ou de plusieurs actionnaires minoritaires.

Les actions ainsi acquises pourront être conservées, cédées ou 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.”

#### C - Modalités

##### *a - part maximale du capital à acquérir et montant maximal payable par Ipsos*

Le nombre maximum d'actions susceptibles d'être auto-détenues par la Société est de 10 %, soit à ce jour 444 760 actions. La Société s'engage à ne pas dépasser, directement ou indirectement, ce pourcentage. Le montant maximal des fonds destinés au rachat d'actions a été fixé à 15 millions d'Euros. Au jour de l'introduction en bourse, Ipsos ne détient pas, directement ou indirectement, ses propres titres.

##### *b - modalités des rachats*

Les rachats d'actions pourront s'opérer par tous moyens et à tout moment.

### c - durée et calendrier du programme de rachat

Le présent programme ne pourra être réalisé, conformément à la sixième résolution de l'Assemblée Générale Ordinaire du 31 mai 1999 que pendant une durée commençant à compter de la présente assemblée et expirant à l'issue de l'Assemblée Générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 1999.

### d- financement du programme de rachat

Pour le rachat éventuel d'actions, la Société utilisera sa trésorerie courante (et/ou recourra à l'endettement) et n'envisage pas de remettre en cause le plan de financement de ses investissements pour cette raison.

### D - Éléments permettant d'apprécier l'incidence de la mise en œuvre de l'autorisation de rachat sur la situation financière de la Société

La mesure de l'incidence théorique de la mise en œuvre de l'autorisation de rachat sur les comptes d'Ipsos a été réalisée sur la base des hypothèses suivantes :

- rachat de 1 % du capital, soit 44 476 actions,
- calcul sur 12 mois, sur la base des comptes consolidés au 31/12/98 pro forma,
- prix de € 30,5 (F 200) soit un montant de € 1 356 018 (F 8 895 200),
- coût de financement : 4 % annuels avant impôt.

	COMPTES CONSOLIDÉS au 31/12/98 PRO FORMA	APRÈS LE RACHAT DE 1% DU CAPITAL
Capitaux propres part du Groupe (*) (KF) (K€)	204 151 31 123	195 256 29 767
Capitaux propres totaux (*) (KF) (K€)	267 833 40 831	258 938 39 475
Dettes financières nettes (*) (KF) (K€)	192 568 29 359	201 463 30 715
RN part du Groupe (KF) (K€)	6 807 1 038	6 594 1 005
Nombre d'actions	4 447 600	4 403 124
RN part du Groupe par action (F) (€)	1,53 0,23	1,50 0,23
Impact en % sur le RN par action		- 1,9 %

(\*) Données pro forma après conversion de l'emprunt obligataire et augmentation de capital réservée intervenues le 31/05/1999.

Le programme de rachat d'actions ne devrait pas avoir d'incidence significative sur la situation financière d'Ipsos ni sur son résultat net par action, à l'exception des résultats réalisés lors de l'éventuelle vente des titres sur le marché.

### E - Intention des principaux actionnaires

LT Participations n'a pas l'intention de revendre des titres à la Société dans le cadre de ce programme de rachat d'actions.

### 3.1.14 CESSION DES ACTIONS

Aucune clause statutaire ne restreint le transfert des actions.

## 3.2 RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LE CAPITAL SOCIAL

### 3.2.1 CAPITAL SOCIAL

- Le capital social est avant augmentation de capital en vue de l'introduction en bourse et avant augmentation de capital réservée aux salariés, de F 22 238 000 divisé en 4 447 600 actions d'un nominal de F 5 chacune, entièrement libérées, toute de même catégorie.

- Après augmentation de capital de 791 000 actions environ lors de l'introduction en Bourse, le capital social sera de F 26 193 000 divisé en 5 238 600 actions d'un nominal de F 5 chacune.

### 3.2.2 ÉVOLUTION DU CAPITAL SOCIAL DEPUIS 5 ANS

DATE DE	OPÉRATION	NOMINAL	PRIME	NOMINAL CUMULÉ	NOMBRE D' ACTIONS
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 1 611 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 <sup>(1)</sup>	500 F	793 503,70 F	15 743 000 F	31 486
AG du 23/01/98	Augmentation de capital par émission de 8 124 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 <sup>(2)</sup>	10 F	18 063 560	21 739 000 F	2 173 900
31/05/99	Augmentation de capital de 49 900 actions consécutive à la conversion des OC <sup>(2)</sup>	10 F	9 327 308	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
Lors de l'introduction Augmentation de capital en numéraire					

(1) le 30/05/1995, 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.

A la date du 31 mai 1999, il n'existe plus d'Obligations Convertibles en actions.

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

ACTIONNAIRES	AVANT INTRODUCTION EN BOURSE <sup>(1)</sup>			APRÈS INTRODUCTION EN BOURSE, AVANT EXERCICE DE L'OPTION DE SURALLOCATION <sup>(5)</sup>			APRÈS INTRODUCTION EN BOURSE, SI L'OPTION DE SURALLOCATION EST PLEINEMENT EXERCÉE <sup>(5)</sup>		
	Nombre	% du capital	% de droits de vote	Nombre	% du capital	% de droits de vote	Nombre	% du capital	% de droits de vote
LT Participations <sup>(2)</sup>	2 225 150	50,0	63,7	2 225 150	42,5	56,6	2 225 150	42,5	56,6
Kurun <sup>(3)</sup>	1 506 930	33,9	24,2	0	0	0	0	0	0
Amstar <sup>(3)</sup>	429 120	9,7	7,0	229 900	4,4	3,3	0	0	0
SG Capital Développement	285 400	6,4	5,1	120 687	2,3	2,2	97 400	1,9	1,9
Personnes physiques + Salariés <sup>(4)</sup>	1 000	0,0	0,0	131 000	2,5	1,9	131 000	2,5	1,9
Public	0	0	0	2 531 863	48,3	36,0	2 785 050	53,1	39,6
<b>TOTAL</b>	<b>4 447 600</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>5 238 600</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>5 238 600</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

(1) Répartition du capital au 31/5/99, en prenant en compte la division du nominal par 2.

(2) Holding détenue majoritairement par MM. Didier Truchot et Jean-Marc-Lech, co-présidents d'Ipsos (54 % du capital), aux cotés des cadres dirigeants du Groupe (25 %), du fonds d'investissement Kurun du Groupe Artémis (François Pinault), associé au fonds d'investissement Amstar (Walter Butler) (17 %) et de Société Générale Capital Développement (4 %).

(3) Kurun est un fond d'investissement du Groupe Artémis (François Pinault), associé au fond d'investissement Amstar (Walter Butler).

(4) Sur la base d'environ 50 000 actions souscrites par les salariés adhérents au Plan Epargne Groupe, auxquelles s'ajoutent 80 000 titres environ cédés par Artémis (fonds Kurun) aux managers de la filiale sud-américaine du Groupe.

(5) Sur la base d'une augmentation de capital de 741 000 actions et d'une option de surallocation de 253 187 actions.

#### **3.2.4 CAPITAL AUTORISÉ NON ÉMIS**

Le Conseil d'Administration de la Société a été autorisé par l'Assemblée Générale Extraordinaire du 31 mai 1999 pour une durée maximale de 26 mois, à augmenter le capital social d'un montant nominal maximal de F 8 500 000 (€ 1 295 817) 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, bénéfiques, primes d'émission ou tout autre élément susceptible d'être incorporé au capital est plafonné à F 2.000.000 (€ 304 898).

Le montant nominal global des émissions de valeurs mobilières représentatives de créances donnant accès au capital ne pourra excéder € 30 000 000.

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.

En outre, 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 1996, 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.

#### **3.2.5 AUGMENTATION DE CAPITAL RÉSERVÉE AUX ADHÉRENTS DU PLAN ÉPARGNE GROUPE D'IPSOS**

L'Assemblée Générale Extraordinaire des actionnaires d'Ipsos réunie le 31 mai 1998 a autorisé le Conseil d'Administration d'Ipsos à augmenter le capital social, avec suppression du droit préférentiel de souscription aux actions émises, en une ou plusieurs fois pendant les délais prévus par l'article 186-3 de la loi n°66-357 du 24 juillet 1996, par émission d'actions réservées aux salariés de la société, et des sociétés qui lui sont liées au sens de l'article 208-4 de la même loi, qui sont adhérentes au Plan d'Épargne Groupe octroyé par les Sociétés, 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.

Il est prévu que le conseil d'administration d'Ipsos fasse usage de cette autorisation pour émettre, avant l'introduction en Bourse, environ 50 000 d'actions nouvelles et réaliser une augmentation de capital, hors prime d'émission, de 250 000 francs environ, 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 États-Unis. Afin de pouvoir souscrire, les salariés devront être titulaires au 1<sup>er</sup> juin 1999, d'un contrat de travail (encore en vigueur à la date d'ouverture de la souscription) avec la société IPSOS ou une société du Groupe Ipsos adhérent au Plan d'Épargne du Groupe du 3 juin 1999.

Le prix de souscription des actions réservées aux salariés, directement ou indirectement sera arrêté le 25 juin par le conseil d'administration d'Ipsos d'après les 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.

Ce prix devrait se situer dans la fourchette de 25 euros et 29 euros par actions (soit 164 francs et 190,23 francs par action).

#### **3.2.6 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 pendant un délai qui ne pourra être supérieur à 5 ans, à consentir aux salariés du groupe ou à certains d'entre eux, et aux manda-

taires sociaux des options de souscription d'actions nouvelles de la Société à émettre à titre d'augmentation de capital et représentant au maximum 1/3 du capital de la Société. 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.

<b>NOMBRE TOTAL D'OPTIONS POUVANT ÊTRE ATTRIBUÉES (*)</b>	<b>1/3 DU CAPITAL</b>	
Date d'attribution par le CA aux bénéficiaires	28 juillet 1998	
Date d'allocation par le CA aux bénéficiaires	28/07/98	10/05/99
Nombre d'options attribuées par le CA (*)	97 662	98 240
	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	10/05/2009
Prix de souscription*	135 F	150 F

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

### **3.2.7 AUTRES TITRES DONNANT ACCÈS AU CAPITAL**

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

### **3.2.8 TITRES NON REPRÉSENTATIFS DU CAPITAL**

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

### **3.2.9 PACTE D'ACTIONNAIRES**

Aucun pacte d'actionnaires n'existera à compter de l'introduction sur le Nouveau Marché d'Ipsos.

### **3.2.10 ENGAGEMENT DE CONSERVATION**

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

Par ailleurs, LT Participations s'est engagée, dans le cadre du contrat d'introduction, pendant 6 mois à compter de la date d'introduction, à ne pas céder d'actions Ipsos sur le marché, à compter de la date d'admission des actions Ipsos sur le Nouveau marché, sauf accord écrit et préalable de la Société Générale.

### **3.2.11 AUTRES ENGAGEMENTS PRIS DANS LE CADRE DE L'OPÉRATION**

Ipsos, dans le cadre du contrat d'introduction, s'engagera à ne pas émettre de valeurs mobilières pendant un délai de 9 mois sans l'accord écrit et préalable de la Société Générale.

### **3.2.12 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 ont été 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 €
1998	Néant					
1997	Néant					
1996	134	20,42	67	10,21	201	30,64
1995	134	20,42	67	10,21	201	30,64
1994	69	10,51	34,50	5,26	103,50	15,78

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

# 4

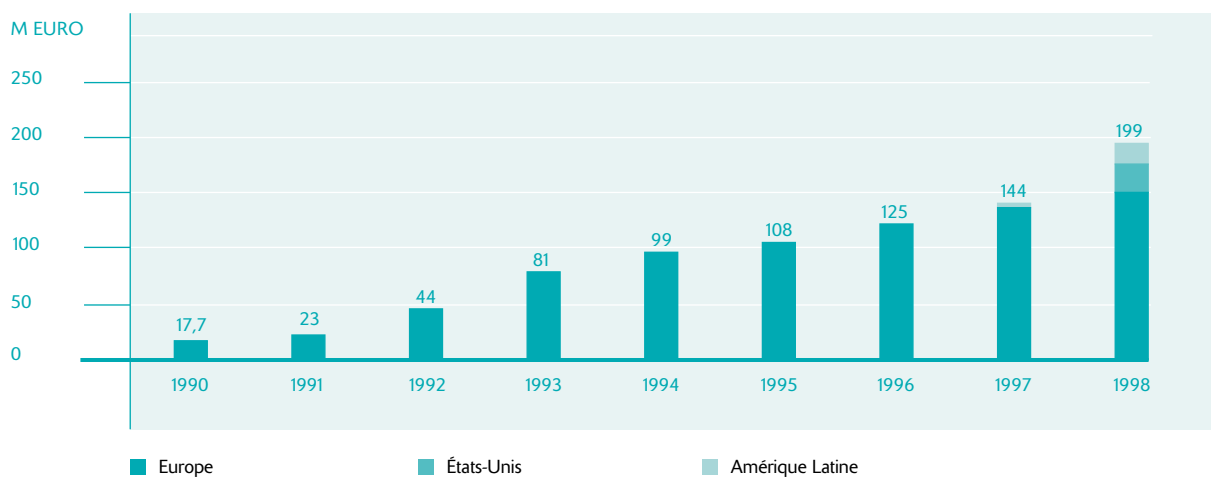
## Renseignements concernant l'activité de l'émetteur

### 4.1 PRÉSENTATION GÉNÉRALE 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 occidentale et en Amérique du Nord et du Sud. Selon la Société et en se basant sur les travaux de l'association professionnelle ESOMAR, le Groupe se classe au 9ème rang mondial et réalise aujourd'hui plus de 70 % de son chiffre d'affaires hors de France.

Effectivement présent dans 20 pays, au travers de filiales spécialisées, Ipsos conduit des études pour ses grands clients dans plus de 60 pays.



Le chiffre d'affaires du groupe a été multiplié par 10 depuis 1990, début du développement à l'international.

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 "4.3.1.1 Le marché mondial").

	CROISSANCE TOTALE DU CHIFFRE D'AFFAIRES	CROISSANCE ORGANIQUE (*)
1990 - 1991	+ 29,3 %	+ 9,8 %
1991 - 1992	+ 104 %	+ 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 %

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

#### 4.1.1 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, 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 et opinion / 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 (M. 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 deux acquisitions majeures :

- 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.
- 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 au premier rang mondial.

Dans le même temps, Ipsos jette les bases d'une implantation en Asie-Pacifique, en ouvrant un bureau à Hong Kong, en nouant des accords en Chine, et début 1999, en procédant à l'acquisition de la société australienne Marketing for Change (aujourd'hui Ipsos-MfC).

Fin 1998, le Groupe réalise un chiffre d'affaires consolidé de 1 993,3 M Euro (1 307 MF). En moins de 20 ans, Ipsos s'est hissé à la 9<sup>ème</sup> place mondiale, dans un secteur où la notoriété est un élément primordial pour attirer les grands clients.

### 4.1.2 ORGANISATION DU GROUPE

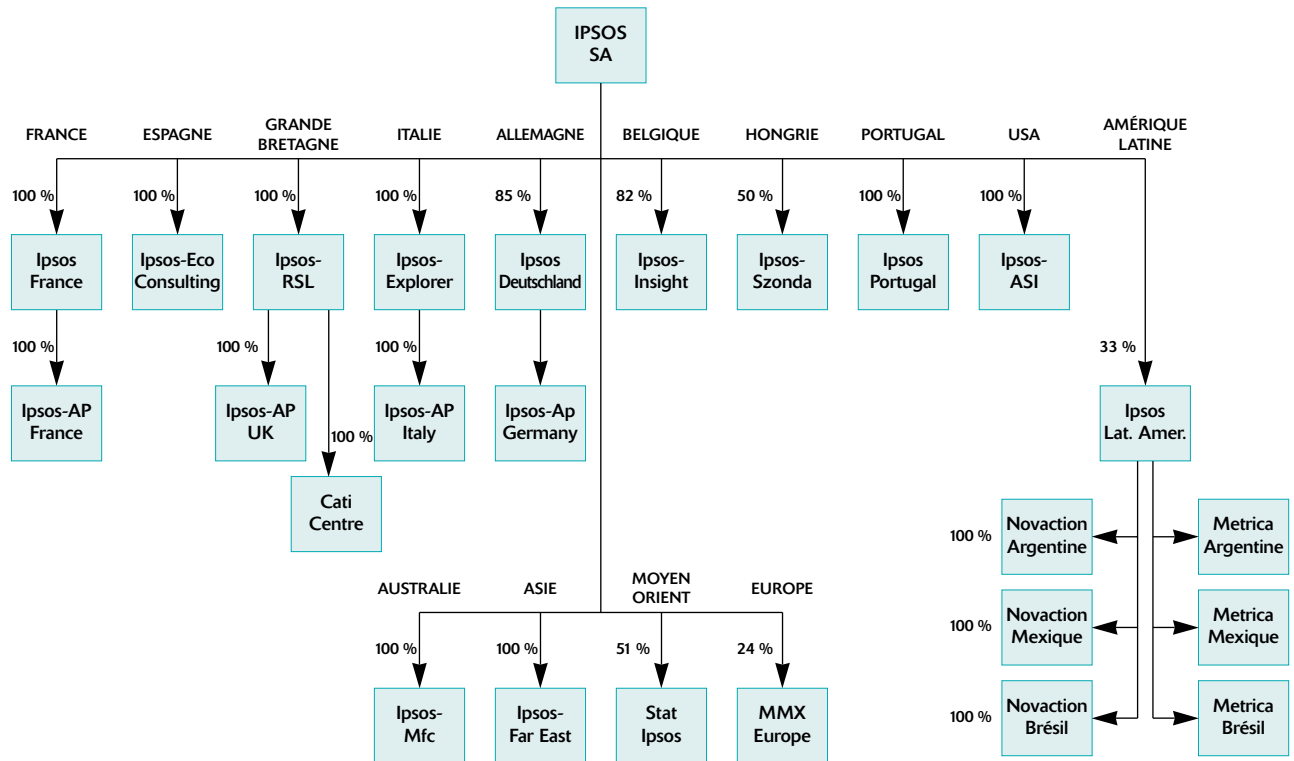
#### 4.1.2.1 ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DU GROUPE

Ipsos dispose de filiales dans 20 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 États-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.



Les 67 % non détenus par Ipsos dans Ipsos Latin America sont contrôlés par les managers des trois sociétés Novaction. Cependant, Ipsos anticipera en 1999 le rachat de ces 67 % prévu initialement à l'horizon 2002.

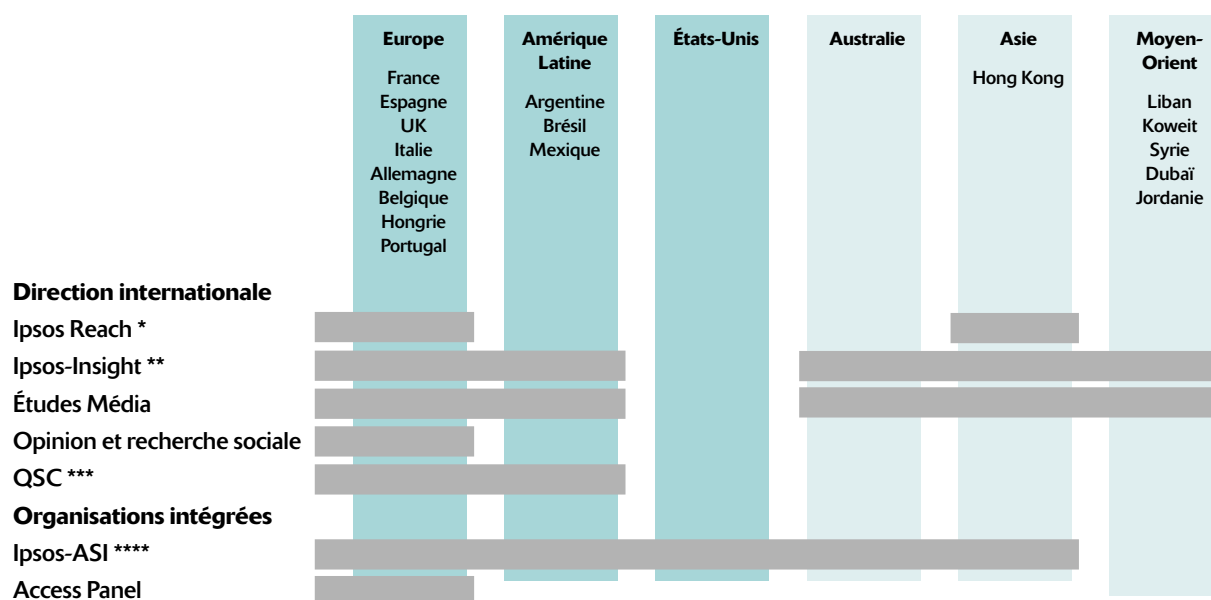
#### 4.1.2.2 L'ORGANISATION FONCTIONNELLE

La nouvelle organisation en lignes-métiers s'appuie sur ces domaines de compétences particulières. Chaque ligne-métier est en effet supervisée par un responsable dans une filiale disposant de la meilleure expertise dans cette activité :

- Ipsos-Insight Marketing en France dirige le développement international des études qualitatives,
- Ipsos-ASI aux États-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 Panel gère cette activité dans toute l'Europe,
- Ipsos CatiCentre met à la disposition des entreprises un moyen efficace de contacter des dirigeants d'entreprise dans le monde entier.

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 fonctionnelle



\* Ipsos Reach : Offre harmonisée des services de collecte de données (Capibus, Cati Centre,...)

\*\* Ipsos-Insight : Études qualitatives.

\*\*\* QSC : Qualité et Satisfaction Clientèle.

\*\*\*\* Ipsos-ASI : Mesure de l'efficacité publicitaire.

■ Périmètre au 31 décembre 1998

■ Entrées dans le périmètre en 1999

### 4.1.3 CHIFFRES CLÉS DES DEUX DERNIERS EXERCICES

#### 4.1.3.1 RÉSULTATS

L'exercice 1998 a été notamment marqué par l'effet année pleine des acquisitions des sociétés latino-américaines Novaction (consolidées sur 3 mois en 1997 et sur 12 mois en 1998), ainsi que par l'intégration d'Ipsos-ASI (consolidé sur 11 mois en 1998).

Le chiffre d'affaires consolidé de l'exercice 1998 (1 307,4 MF) progresse de 38,2% par rapport à 1997 (945,9 MF), et hors variation de périmètre et de change de 10,9 % .

Le résultat d'exploitation atteint 72,8 MF, en progression de 122 % par rapport à 1997. Le résultat net total (avant amortissement des écarts d'acquisition) ressort à 31,9 MF (+ 129 %).

Cette forte hausse des résultats résulte, d'une part de l'intégration des sociétés d'Amérique du Nord et du Sud mais également d'une amélioration de la productivité globale du Groupe. Le résultat d'exploitation des sociétés de la zone européenne s'améliore de 23 % entre 1997 et 1998.

En synthèse, le résultat d'exploitation passe de 3,5% du chiffre d'affaires en 1997 à 5,6 % en 1998, soit des niveaux équivalents en termes de résultat d'exploitation sur marge brute de 6,3 % en 1997 et 10,1 % en 1998.

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

(en millions)	1997		1998	
	F	€	F	€
Chiffre d'affaires	945,9	144,2	1 307,4	199,3
Marge brute	519,1	79,1	723,5	110,3
Résultat d'exploitation	32,8	5	72,8	11,1
Résultat courant avant IS et exceptionnel	26	3,96	59,6	9,1
Résultat net, Total				
avant amortissement des écarts d'acquisition	13,9	2,1	31,9	4,9
Résultat net global, Total	2,4	0,4	13,9	2,1
Résultat net global, Part du Groupe	-2,4	-0,36	6,8	1,0
Effectifs moyens de la période	1 300		1 538	

### Répartition géographique du chiffre d'affaires

L'année 1997 a été marquée par le début de l'expansion hors Europe.

	1997	1998
France	36 %	29 %
Reste de l'Europe	61 %	48 %
Etats-Unis (11 mois en 98)	-	13 %
Amérique Latine (3 mois en 97)	3 %	10 %

### Répartition du chiffre d'affaires par activité

Les secteurs du Marketing et de la communication publicitaire sont les plus importants, représentant au total 69 % du chiffre d'affaires. L'acquisition de Ipsos-ASI en 1998 explique le poids plus important que prennent les études sur la mesure de l'efficacité publicitaire.

	1997	1998
Marketing	52%	44%
Mesure de l'efficacité publicitaire	13%	25%
Médias	18%	14%
Opinion et recherche sociale	10%	7 %
Qualité et Satisfaction de clientèle	5 %	8 %
Autres (logiciels)	2 %	2 %

### Eléments par zone géographique

Chiffre d'affaires par zone géographique

(en millions)	1997		1998		Variation (%)
	F	€	F	€	
Europe	919,14	140,12	1 015,05	154,74	10 %
Etats-Unis *	-	-	167,97	25,61	n/s
Amérique Latine **	26,834	4,091	124,405	18,965	364 %
Total GROUPE Ipsos	945,97	144,21	1 307,43	199,32	38 %

Résultat d'exploitation par zone géographique

(en millions)	1997		1998		Variation (%)
	F	€	F	€	
Europe	40,2	6,1	49,6	7,6	23 %
Etats-Unis *	-	-	16,1	2,4	n/s
Amérique Latine **	3,4	0,5	14,3	2,2	321 %
Autres ***	-10,8	-1,7	-7,2	-1,1	-33 %
Total GROUPE Ipsos	32,8	5,0	72,8	11,1	122 %

\* Ipsos-ASI a été acquise en 1998 et consolidée sur 11 mois en 1998.

\*\* Les sociétés Novaction et Metrica en Argentine, Brésil et Mexique ont été acquises en 1997 et consolidées sur 3 mois en 1997.

\*\*\* Coûts de structure non répartis et retraitements de consolidation.

#### 4.1.3.2 SITUATION FINANCIÈRE

En ce qui concerne la structure financière, les capitaux propres consolidés y compris intérêts minoritaires se montent à 238 MF au 31 décembre 1998 contre 160 MF au 31 décembre 1997. Une augmentation de capital de 80 MF (prime d'émission incluse) a été réalisée en janvier 1998 afin de financer en partie par fonds propres l'acquisition d'Ipsos-ASI.

L'endettement net du groupe (incluant les obligations convertibles) se montent à 212,6 MF au 31 décembre 1998 contre 153,3 MF au 31 décembre 1997, l'acquisition d'Ipsos-ASI ayant été financée en partie par dette.

Le ratio d'endettement net s'établit ainsi à 89% au 31 décembre 1998 contre 96% au 31 décembre 1997, proche des niveaux historiquement atteints par Ipsos. 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 ont été réalisés principalement par recours à de la dette bancaire. L'autofinancement dégagé en 1998 est de 71 MF, en augmentation de 97 % par rapport à 1997. Le Groupe maîtrise le niveau de ses investissements d'équipements corporels et incorporels qui se sont élevés à 42 MF en 1998 contre 40 MF en 1997.

#### Chiffres-clés sur le bilan

(en millions)	1997		1998	
	F	€	F	€
Fonds propres totaux	160,0	24,4	238,0	36,3
Valeurs immobilisées nettes	296,0	45,13	432,6	66,0
Endettement financier *	183,8	28	262,3	39,9
Disponibilités	30,5	4,66	49,7	7,6
Ratio d'endettement net *	96 %		89 %	
Total de bilan	696,6	106,2	924,1	140,8

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

## 4.2 DESCRIPTION DES ACTIVITÉS 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, Assurance...), 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.

Le Groupe est présent dans cinq segments du marché :

- le marketing,
- la mesure de l'efficacité publicitaire,

- les études sur les médias,
- la recherche sociale et les études d'opinion,
- la satisfaction du client.

#### 4.2.1 MARKETING

Les études marketing représentent l'activité la plus importante d'Ipsos en terme de chiffre d'affaires, avec une part de 44 % en 1998.

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 plus 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.

##### 4.2.1.1 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, 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. § 4.4.12. "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 Cati Centre*, 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 a notamment trouvé sa justification, à côté des coûts des appels nationaux, quand il s'agit de travailler auprès de publics peu nombreux et faiblement disponibles comme les décideurs d'entreprise.

#### 4.2.1.2 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. Le Groupe étant devenu n°1 en France, sa croissance 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 international de l'offre d'études qualitatives d'Ipsos et a la responsabilité du groupe de travail international sur l'homogénéisation des méthodes qualitatives et la coordination technique et commerciale des études.

#### 4.2.1.3 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 Ipsos : 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.

### 4.2.2 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, radio, télévision et maintenant aux sites internet. Connaissant une forte croissance, elle représente aujourd'hui 25 % du CA consolidé du Groupe.

#### 4.2.2.1 LES POST-TESTS

Historiquement, Ipsos a développé des instruments permettant d'évaluer l'efficacité des campagnes a posteriori, c'est-à-dire après leur diffusion. Ces instruments ("Baromètre Affichage", "STC Multimedia" (Suivi Télévision Cinéma)) 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.

#### 4.2.2.2 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 est proposé dès cette année dans 10 pays et mis en œuvre 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 trackings de marques 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.

#### 4.2.2.3 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 de 2,5 MUSD en 1998 (environ 2,3 M€) et prévoit pour 1999 un CA de plus de 4 MUSD (environ 3,7 M€), dont déjà un montant significatif en Europe. Voir aussi paragraphe 4.5.2.

### 4.2.3 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 14 % du chiffre d'affaires consolidé 1998 du Groupe.

#### 4.2.3.1 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 (Grande Bretagne)
- The British Business Survey (Grande-Bretagne)
- La France des Cadres Actifs (France)
- La France des Hauts Revenus (France)
- La France des Décideurs Financiers (France)
- La France des Décideurs de l'Informatique (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 (via Ipsos Médias, France)
- 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)
- National Media Analysis (Liban)
- Estudio General de Medios (Argentine)

Les évolutions prévisibles du secteur des médias sont les suivantes :

- Ce marché s'internationalise cependant 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 publie 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 en voie d'extension 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'audience des sites web

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 MMX Europe (voir paragraphe 4.9.2 ).

#### 4.2.3.2 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.

#### 4.2.4 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 seule 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.

Même si Ipsos n'est pas très présent dans cette activité en dehors de ces trois marchés, l'internationalisation de l'activité est néanmoins déjà amorcée, via la réalisation d'études sur des problématiques européennes (par exemple, le "Baromètre européen de la consommation", qui suit l'évolution des habitudes de consommation en Europe).

L'activité a représenté 7 % du CA consolidé du Groupe en 1998.

Les études d'opinion ne doivent pas être confondues avec les sondages politiques qui ne représentent en effet qu'une faible part de l'activité d'Ipsos Opinion en France.

##### 4.2.4.1 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 per-

ception 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.

#### 4.2.4.2 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 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.

#### 4.2.5 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.

A fin 1998, cette activité représentait 8 % du CA consolidé du Groupe.

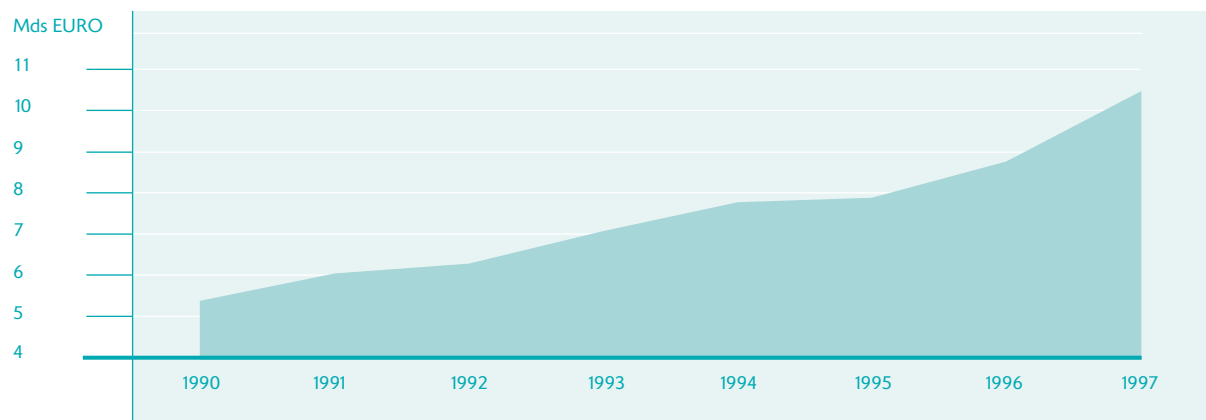
### 4.3 DESCRIPTION DES MARCHÉS D'IPROS ET DE LA CONCURRENCE

#### 4.3.1 UN MARCHÉ EN CROISSANCE

##### *Le marché mondial*

Selon ESOMAR, le marché mondial des études de marché et des sondages a atteint 10,43 milliards d'Euros en 1997, en croissance moyenne annuelle de 10 % depuis 1990. En 1998, il a atteint 11,4 milliards d'Euros et devrait s'élever à 12,5 milliards d'Euros en 1999, soit une croissance 9,6 %.

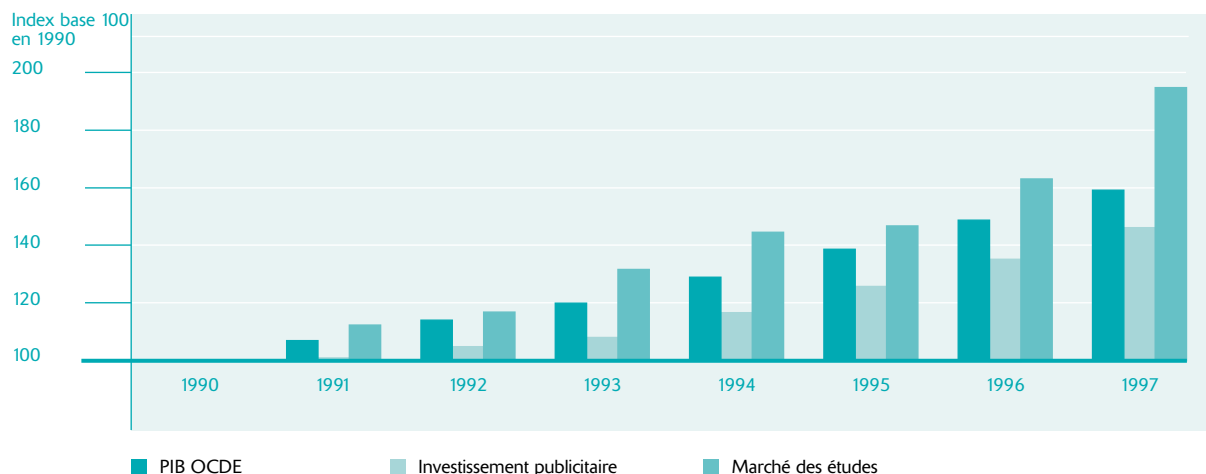
## Chiffre d'affaires des études dans le monde en milliards d'euros



Source : Esomar, 1998.

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 %.

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

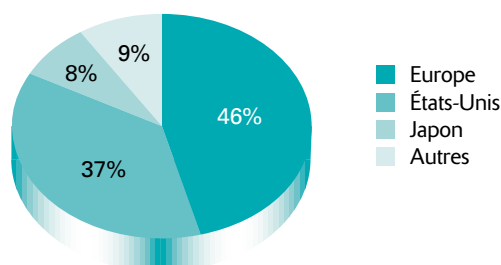


Source : Esomar, 1998 ; perspectives économiques de l'OCDE, décembre 1998 ; Advertising Expenditure Forecast, Zenith Media, January 1999.

Le marché mondial des études concerne essentiellement les grands pays mûrs économiquement avec un poids prépondérant de l'Europe (45 %), en progression depuis quelques années (42 % en 1995). Les Etats-Unis et le Japon figurent respectivement en deuxième et troisième position (respectivement 37 % et 8 %).

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 1997



Source : Esomar, 1998.

## Le marché européen

Au sein de l'Europe, 5 pays représentaient en 1997, 75 % du chiffre d'affaires global, avec une domination de l'Allemagne, de la Grande Bretagne et de la France, qui à eux trois représentent 63 % du marché.

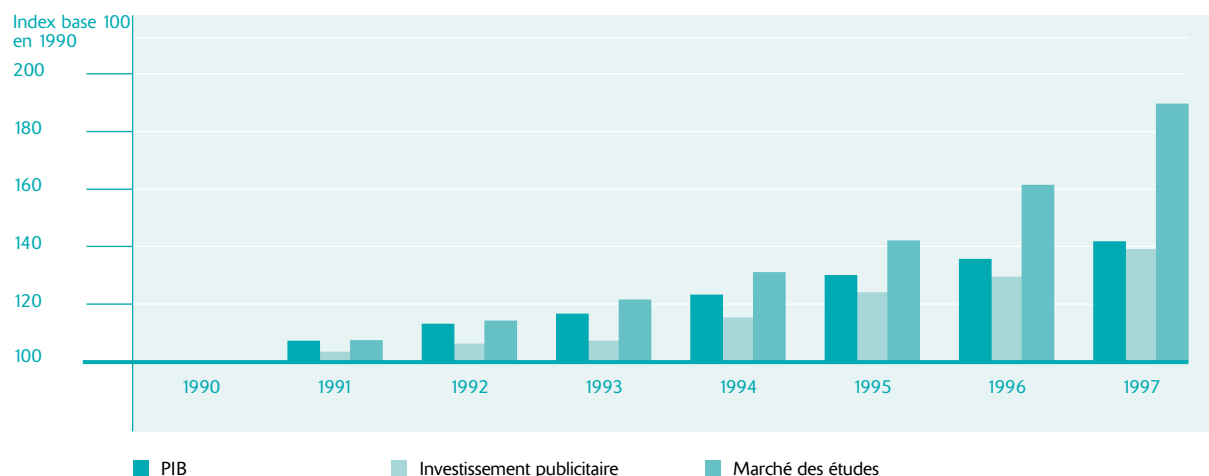
(Données en millions d'Euros)

PAYS	CA 1997	VARIATION 1997/1996
Allemagne	1 035	15 %
Grande Bretagne	1 192	11 %
France	749	10 %
Italie	340	8 %
Espagne	237	15 %
Pays-Bas	196	13 %
Suède	182	8 %

Source : Esomar, données 1997.

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).

## Évolution 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. On remarquera le poids des services publics, qui sont le troisième client. Les trois premiers secteurs clients (grande consommation, médias et services publics) représentent presque deux tiers des débouchés des sociétés d'études.

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

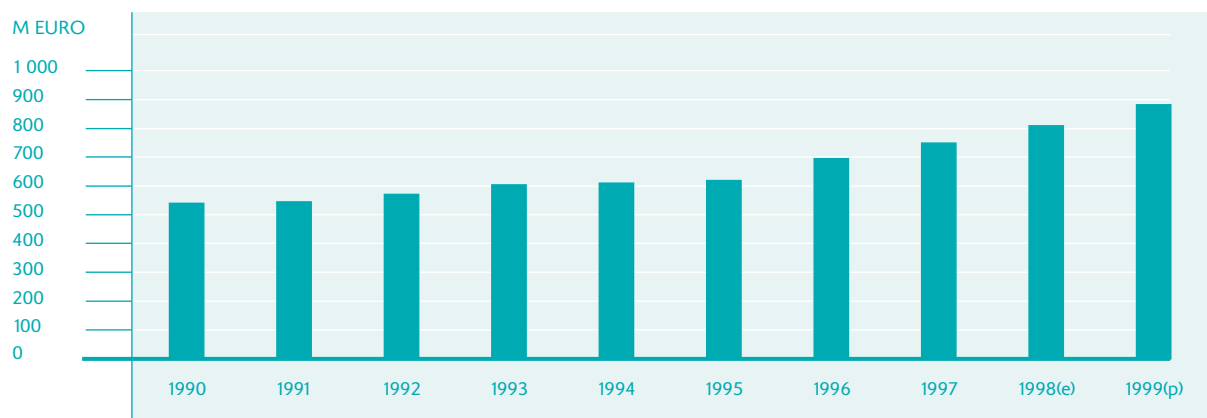
SECTEURS	POIDS EN %
Grande consommation	41,0
Medias et agences	13,0
Services publics et social	9,0
Distribution	6,0
Services financiers	5,0
Pharmacie	4,0
Automobile	3,0
Industrie	3,0
Poste et Télécom	2,0
Utilities	1,0
Autres	13,0

Source : Esomar, données 1997.

### Le marché français

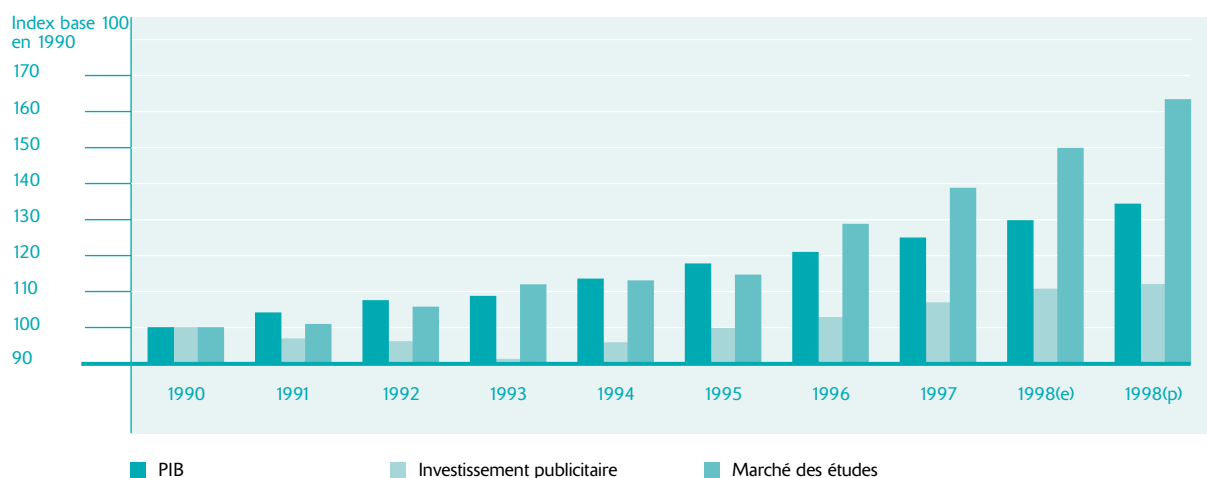
Le chiffre d'affaires en France du marché des études a atteint 749 millions d'euros en 1997 (4,9 milliards de francs), avec un taux de croissance moyen annuel de 4,8 % depuis 1990. On constate un regain d'activité depuis 1996, lié à la croissance économique actuelle qui continue d'activer les besoins 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.

### Chiffre d'affaires des études en France en millions d'euros



Source : Esomar 1998 ; Xerfi 1998.

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



Source : Esomar, 1998 ; 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 du secteur se trouvent dans la grande consommation les médias, les agences et les services publics.

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

SECTEURS	POIDS EN %
Grande consommation	41,0
Medias et agences	13,0
Services publics et social	8,0
Pharmacie	7,0
Automobile	6,0
Distribution	5,0
Postes et Télécom	5,0
Services financiers	3,0
Industrie	2,0
Utilities	1,0
Autres	9,0

Source : Esomar, données 1997.

#### 4.3.2 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 54 % 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 en 1998.

RANG	NOMS DES SOCIÉTÉS		CA M USD (1997)
1	AC Nielsen	US	1 392
2	IMS Health	US	981 (1)
3	Kantar Group	UK	540
4	Taylor Nelson Sofres	UK	463
5	Information ressources Inc	US	456
6	NFO-Infratest Burke	US	365 (2)
7	Nielsen Media Research	US	359 (1)
8	GfK	D	312
9	Ipsos	F	203 (3)
10	Westat	US	182
11	The Arbitron Co	US	165
12	NOP Information Group	UK	164
13	Maritz Marketing Research	US	146
14	Video Research	Japan	144
15	The NPG Group	US	110
16	Market Facts	US	100
17	Pharmaceutical Marketing Sen	US	92
18	Marketing Intelligence	Japan	83
19	Audit & Surveys Worldwide	US	69
20	The BASES Group	US	58

Source : Ipsos, d'après Esomar, données 1997.

(1) IMS Health, le leader mondial des études marketing auprès des laboratoires pharmaceutiques, et Nielsen Media Research, le leader américain de la mesure d'audience de la télévision, sont issus de la scission de Cognizant en juillet 1998.

(2) NFO Worldwide (CA 1997 : 147 M€) a acquis la société Infratest Burke (CA 1997 : 154 M€) en novembre 1998

(3) Ce chiffre d'affaires pro forma intègre l'activité de la société ASI, acquise par Ipsos en janvier 1998.

Ce classement est donné sur la base du chiffre d'affaires 1997 mais en intégrant les opérations de scission et de fusions qui ont pu avoir lieu en 1998. Il donne donc une représentation du classement actuel des intervenants sur le marché des études.

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, aujourd'hui à la 6<sup>e</sup> place mondiale.

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 près de 400 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.

### 4.3.3 LES PRINCIPAUX ACTEURS

*Les 10 premiers groupes mondiaux sont les suivants :*

**AC Nielsen :** AC Nielsen est le leader mondial des études de marchés, de la recherche d'information et d'analyse du comportement du consommateur. La mesure d'audience de la télévision en dehors des Etats-Unis est aussi une des activités du groupe. En 1998, le Groupe a réalisé un CA de 1 425 MUSD.

SECTEURS	POIDS DANS LE CA
Études quantitatives (secteur de la distribution)	71,0 %
Études/panel de consommateur	7,0 %
Enquêtes ad hoc	15,0 %
Mesure audience	7,0 %
Total	100,0 %

Source : ACNielsen, Rapport Annuel 1998

AC Nielsen est présent sur les cinq continents :

PAYS	POIDS DANS LE CA 1998
États-Unis	27,0 %
Canada/Amérique Latine	13,0 %
Europe	41,0 %
Asie-Pacifique	18,0 %
Total	100,0 %

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 1998 de 1 186 M USD.

PAYS	POIDS DANS LE CA 1998
États-Unis	41,0 %
Grande-Bretagne	6,0 %
Reste de l'Europe, Asie-Pacifique	53,0 %
Total	100,0 %

Source : IMS Health, Rapport Annuel 1998

**Nielsen Media Research :** il s'agit du nouveau nom de la société américaine Cognizant, rebaptisée ainsi lors de la mise en bourse de sa filiale IMS en juillet 1998.

La Société est spécialisée dans la réalisation d'études au profit des médias, et notamment de mesures d'audience de la télévision aux Etats-Unis.

Nielsen Media Research a réalisé un CA 1998 de 401,9 M USD, essentiellement aux Etats-Unis (97,4 % du CA) la Société étant également implantée au Canada (2,6 % du CA consolidé 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 1998, le pôle "études et gestion de l'information" du Groupe WPP a réalisé un Chiffre d'Affaires de 367,2 M GBP, 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, son premier marché étant situé au Royaume-Uni.

**Information Ressources** : 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 1998, Information Ressources a réalisé un CA de 511 M USD. La Société est surtout présente aux Etats-Unis :

PAYS	POIDS DANS LE CA 1998
États-Unis	78,0 %
International	22,0 %
Total	100,0 %

Source : IR Inc., Rapport Annuel 1998.

### Taylor Nelson Sofres

Issu de la fusion entre le groupe britannique Taylor Nelson et le Français Sofres, TNS est le premier intervenant européen. En 1998, le Groupe a réalisé un CA de 342 M GBP.

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

PAYS	POIDS DANS LE CA
Royaume-Uni	29,0 %
France	29,0 %
Europe (hors F et RU)	22,0 %
États-Unis	12,0 %
Asie-Pacifique	8,0 %
Total	100,0 %

Source : TNS, 1999.

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

**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 1997, il a réalisé un CA de 301 millions de dollars.

**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 1998, le Groupe a réalisé un CA de 275 M USD (en ne consolidant Infratest Burke que sur un peu plus d'un mois).

La répartition géographique de l'activité du Groupe, en intégrant Infratest Burke sur 12 mois, est la suivante :

RÉGIONS	POIDS DANS LE CA 1998
Amérique du Nord	44,0 %
Europe	47,0 %
Asie-Moyent-Orient	9,0 %
Total	100,0 %

Source : site Web NFO.

### 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 Etats-Unis. Le groupe a réalisé 183 M USD de chiffre d'affaires en 1997.

#### Sur le métier de l'efficacité publicitaire

**RSC** : n°3 mondial de la mesure de l'efficacité publicitaire, le groupe est implantée dans 4 pays (en Amérique du Nord Mexique, et en Europe), mais réalise l'essentiel de son activité aux Etats-Unis, marché sur lequel il occupe la troisième position, derrière Ipsos-ASI.

**Sur le métier des études marketing sur Internet** développée via sa filiale Ipsos-ASI, le groupe Ipsos rencontre principalement les concurrents suivants :

**Millward Brown Interactive**, département spécialisé de Millward Brown.

#### Le marché européen

RANG	NOMS DES SOCIÉTÉS		CA M EUROS (1997)
1	AC Nielsen	US	511
2	IMS Health	US	357 (1)
3	Taylor Nelson Sofres	UK	322
4	Kantar Group	UK	289
5	GfK	D	246
6	NFO-Infratest Burke	US	164 (2)
<b>7</b>	<b>Ipsos</b>	<b>F</b>	<b>137</b>
8	NOP Information Group	UK	98

Source : Ipsos, d'après Esomar, données 1997.

(1) Le Groupe Cognizant a été scindé en juillet 98 entre IMS Health, le leader mondial des études marketing auprès des laboratoires pharmaceutiques, et Nielsen Media Research, le leader américain de la mesure d'audience de la télévision. Nielsen Media Research n'ayant pas d'activité en Europe, le CA de Cognizant a été attribué en totalité à IMS.

(2) NFO Worldwilde (CA Europe 1997 : 22 M€) a acquis la société Infratest Burke (CA Europe 1997 : 142 M€) en novembre 1998

Ce classement est donné sur la base du CA 1997 mais en intégrant les opérations de scission et de fusion qui ont pu avoir lieu en 1998. Il donne donc une représentation du classement actuel des intervenants sur le marché des études.

#### 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 a été le leader en France jusqu'au début de l'année 1998. Son Chiffre d'affaires 1997 mondial s'élevait à près de 1,9 milliards de francs. Il intervient au travers de trois entités distinctes, Sofres, Secodip, Louis Harris.

**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 1996 de 142 MF en France. On peut estimer qu'avec l'ensemble de ses entités le groupe Kantar dépassera 200 MF de chiffre d'affaires en 1998.

**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 1996 de GfK France se montait à 140 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 :

- **Téléperformance Paris**, filiale du Groupe Rochefortaise Communication, cotée au Premier Marché à Règlement Mensuel, dont 50 % de son activité est dédiée au télémarketing ; elle est égale-

ment active dans les sondages et la communication santé.

- des instituts français indépendants (non encore intégrés dans un réseau mondial) comme TMO-CSA (130MF de CA en 1997), BVA (99 MF de CA en 1997) et l'IFOP (98 MF de CA en 1997).

#### Segmentation du marché français des études par type d'intervenants

	LEADERS	POIDS MOYENS
Groupes français	Ipsos	BVA Médiamétrie Téléperformance Paris 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 14,2 % en 1997 (source Syntec 1999).

#### 4.3.4 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.

#### 4.4 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*

	1998	EXEMPLE DE CLIENTS
Produits de grande consommation	42 %	Barilla, Colgate, Danone, Johnson & Johnson, Kraft Jacob'Suchard, L'Oréal, Nestlé, Pillsbury, Procter & Gamble, Unilever
Média	19 %	Les principaux groupes de presse français, britanniques, allemands, espagnols et italiens, les principales radios françaises, britanniques, allemandes et hongroises, BBC, MTV
Information, Technologie, Télécommunications	10 %	AOL, Deutsche Telecom, Intel, France Télécom, Vivendi
Biens durables	8 %	Compacq, IBM
Automobiles	5 %	Fiat, Ford, Peugeot, Renault
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 %	Centre Leclerc, Sainsbury, Total
Agriculture	1 %	Groupe Novartis, Semences Cargill
Autres	3 %	La 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 aux-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 demain 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 6 % de son chiffre d'affaires.

Les 10 premiers clients internationaux du Groupe Ipsos ont engendré en 1998 un chiffre d'affaires de 190 MF (soit 14,5 % 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 et de la recherche sociale, 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.

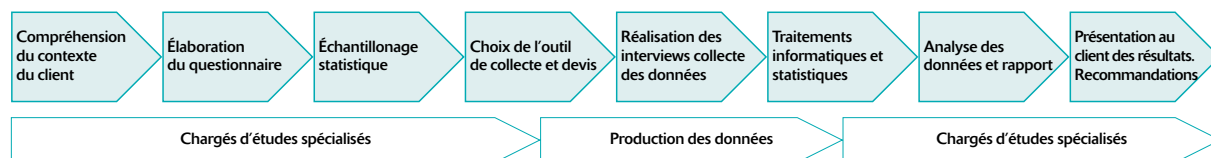
En outre un acompte est systématiquement versé à la signature du contrat.

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

### 4.5.1 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 dotée 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 :



Chaque année, le Groupe Ipsos réalise 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.

#### 4.5.1.1 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.

#### 4.5.1.2 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 Cati Center*, basé en Grande-Bretagne, à Harrow et entièrement dédié aux études internationales. Des enquêteurs multilingues encadrés par des chefs d'équipe spécialement formés aux études internationales 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 1998, *The International Cati Center* 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-Insight Marketing a ainsi mis au point une nouvelle version de son post-test de films publicitaire STC (Suivi Télévision Cinéma), aujourd'hui 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, en étant sûr que l'interviewé ne se trompe pas de film ! 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. 2 000 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".

#### 4.5.1.3 CERTIFICATION ISO 9000

Gage de qualité et de procédures et méthodes homogènes vis à vis de grands clients exigeants, la certification ISO 9000 est en cours dans l'ensemble des sociétés d'études d'Ipsos en France, 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. Ipsos-RSL (UK) et Ipsos-Explorer (Italie) sont déjà certifiées.

#### 4.5.2 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.

##### 4.5.2.1 INTERNET

Dans le domaine des études, Ipsos considère qu'Internet devrait 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.

##### *Un nouveau média à analyser*

- L'efficacité de la publicité sur internet (voir aussi paragraphe 4.2.2.3)

Ipsos-ASI a mis sur pied un département (Ipsos-ASI Inter@ctive) 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 est encore très nouveau au sein des sociétés d'études. Néanmoins 125 000 interviews on line par an environ sont déjà réalisées par Ipsos-ASI Inter@ctive.

- La mesure de l'audience de l'internet (voir aussi paragraphe 4.9.2)

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, MMX Europe. Media Metrix est le leader américain des études de mesure d'audience de sites web.

### *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.

#### **4.5.2.2 LE PROJET "RADIOWATCH" DE MESURE DE L'AUDIENGE DES RADIOS**

Ipsos est un des acteurs majeurs de la mesure de l'audience des médias, particulièrement de la presse écrite. Son renforcement dans les autres médias passe par la maîtrise des technologies adéquates. Ipsos s'est donc associé à la société Infratest Burke, aujourd'hui filiale de NFO, pour mettre au point un nouveau système de mesure passive d'audience radio. Le terme "passive" signifie que le comportement de la personne interrogée est observé sans qu'elle ait formellement à répondre à un questionnaire.

La mesure de l'audience des radios pose des problèmes pratiques tenant au fait que la radio est écoutée dans de multiples circonstances, y compris hors du domicile. Il n'est donc pas possible de procéder comme pour la télévision, en attachant le système de mesure au téléviseur familial pour avoir une bonne idée des comportements d'écoute des membres du foyer.

La solution sur laquelle Ipsos et Infratest Burke travaillent, baptisée "RadioWatch", consiste à insérer un instrument d'écoute miniaturisé dans la montre de l'auditeur, qui comparera en temps réel le signal entendu au signal émis par les différentes stations de radio. Les données seront stockées pendant une période de temps déterminée (vraisemblablement une semaine) puis analysées et livrées très rapidement aux clients.

Le projet est en phase de mise au point. Les essais de terrain commenceront au cours du deuxième semestre 1999 en Allemagne et en France.

## 4.6 LES INVESTISSEMENTS EN MATERIEL ET LES FOURNISSEURS

### 4.6.1 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.

#### 4.6.1.1 LE PROJET "ISIS"

Le projet "ISIS" - Ipsos Secured Information System, est un nouveau système d'information, qui permettra 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 nouveau système d'information et de gestion intégrée sera 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.

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 projet a démarré à l'été 1998 et devrait se dérouler sur une période de deux ans. L'installation dans les cinq pays dont les logiciels de gestion n'étaient pas compatibles an 2000 est en cours et sera finalisée au 31 décembre 1999. Les autres pays seront connectés dans le courant de l'année 2000. 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 trois à cinq ans.

#### 4.6.1.2 L'AN 2000

La Direction des Systèmes et Technologies du Groupe Ipsos travaille depuis plus d'un an à un plan de passage à l'an 2000. Ce plan d'action du groupe est relié dans chaque pays par un correspondant spécialement nommé.

Tous les ordinateurs, y compris les postes CAPI du terrain seront testés et révisés afin qu'ils soient compatibles aux normes an 2000. Par ailleurs, Ipsos a entrepris d'interroger tous les fournisseurs de logiciels externes quant à la compatibilité an 2000 de leurs produits et, si nécessaire leur mise à jour. Les systèmes de gestion sont en cours de révision et seront réactualisés ou remplacés en 1999 afin de permettre un fonctionnement normal après le 31 décembre 1999.

#### 4.6.1.3 L'EURO

Le passage à l'euro est étudié dans le cadre du projet ISIS (voir 4.5.3.1).

Depuis le 1<sup>er</sup> 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 1<sup>er</sup> 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 1<sup>er</sup> janvier 2002.

### 4.6.2 LES LOCAUX

Ipsos a regroupé l'ensemble de ses moyens français à Paris XV<sup>e</sup>.

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.

#### 4.6.3 LES INVESTISSEMENTS EN MATÉRIEL

Les investissements en immobilisations corporelles et incorporelles se sont élevés à un peu plus de 40 MFRF en 1997 et en 1998 :

##### Investissements en immobilisations corporelles et incorporelles

(en MFRF)	1998	1997
Immobilisations corporelles	23,2	32,8
Immobilisations incorporelles	16,3	7,6
Frais de recherche et développement	2,5	–
Total	42,0	40,4

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 400 CAPI 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.

##### Répartition 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 %
Total	100 %

#### 4.6.4 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 (aux États-Unis et 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, amortissement du matériel et masse salariale des sociétés d'études, est la suivante :

## Répartition moyenne des frais généraux par nature en 1998

Locaux	32 %
Communication	11 %
Voyages et déplacements	7 %
Publicité	5 %
Fournitures	4 %
Reprographie	4 %
Courrier	2 %
Autres charges d'exploitation (auditeurs, conseils externes, assurances...)	36 %
Total	100 %

## 4.7 DESCRIPTION DU MANAGEMENT ET DES RESSOURCES HUMAINES

### 4.7.1 LE MANAGEMENT

#### 4.7.1.1 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.

#### 4.7.1.2 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 est composé de sept membres permanents :

- Didier TRUCHOT, Co-Président, fondateur du Groupe en 1975,
- Jean-Marc LECH, Co-Président depuis son entrée dans le Groupe en 1982,
- Christian LAMOLINERIE, Directeur Général, est en charge de l'organisation du Groupe et des finances. Ancien élève de l'Ecole Nationale d'Administration, M. LAMOLINERIE a débuté sa carrière à la Caisse des Dépôts et Consignations.
- Carlos HARDING, Directeur Général, est en charge du développement du Groupe en Amérique. Responsable de la ligne-métier Advertising Research, M. HARDING est Président du Conseil d'Administration d'Ipsos-ASI,
- Dawn MITCHELL, Présidente de la filiale britannique du Groupe, Ipsos-RSL. Mme MITCHELL est une spécialiste des médias. Elle est également responsable du développement du Groupe en Asie,
- Luigi FERRARI, Président-fondateur de la filiale italienne Ipsos-Explorer et spécialiste du marketing. M. FERRARI a commencé sa carrière chez Procter & Gamble et a été Directeur Général de Burke Marketing Research Italie. Il anime les équipes en charge de coordonner l'activité du groupe dans le secteur des études marketing,
- 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 des ressources humaines.

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

Au 31 décembre 1998, le Groupe Ipsos employait près de 1 600 collaborateurs dans 20 pays, 81 % étant basés en Europe ( France, Belgique, Italie, Allemagne, Hongrie, Grande-Bretagne, Espagne et Portugal), 13 % aux Etats-Unis, 6 % en Amérique Latine (Mexique, Brésil et Argentine).

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 (automobile, téléphone, pharmacie,...), ou présentant des compétences particulières (relations avec clients internationaux, finance, technologies,...)
- l'intégration de cadres plus juniors qui suivent un parcours de formation technique et, à la recherche avant d'être affectés dans les différents départements.

En 1999, une centaine de nouveaux collaborateurs devraient rejoindre le Groupe. Le turnover annuel est compris entre 10 et 20 % selon les pays. Il est le plus élevé aux Etats-Unis.

La population salariée d'Ipsos est en moyenne jeune, assez féminisée et présente une stabilité importante liée à l'attractivité de la société.

### Répartition des effectifs permanents par fonction

FONCTION	1998
Chargés d'études, directeurs d'études	52 %
Production/Traitement informatique/Supervision du terrain	32 %
Administration et Management	16 %
Total	100 %

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 une soixantaine de cadres dirigeants. Ipsos envisage pour les années à venir de mettre en place un plan d'options d'actions 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.

## 4.8 FACTEURS DE RISQUES

### 4.8.1 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 qu'à la fois la dispersion géographique de ses activités et ses activités de multi-spécialiste lui confèrent une bonne capacité de résistance en cas de dégradation localisée de la conjoncture économique.

#### **4.8.2 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 1998 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 1997 se sont élevés respectivement à 408 et 11 millions de francs contre des niveaux annuels de 946 et 33 millions de francs. En 1998, le chiffre d'affaires et le résultat d'exploitation semestriels étaient respectivement de 582 et 25 millions de francs contre des niveaux annuels de 1 307 et 73 millions de francs.

#### **4.8.3 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 que ce risque est néanmoins fortement atténué par plusieurs éléments :

- la bonne répartition du chiffre d'affaires d'Ipsos, où aucun client ne représente plus de 6 % 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.

#### **4.8.4 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 au 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.

#### **4.8.5 RISQUE INFORMATIQUE, EURO, AN 2000**

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 la possibilité de se reporter sur un autre. En ce qui concerne le passage de l'an 2000 et à l'euro, le Groupe a lancé un programme d'adaptation de ses outils informatiques (Cf. § 4.5.3 "L'évolution des systèmes d'information").

#### 4.8.6 RISQUES DE TAUX ET DE CHANGE

##### *Risque de taux*

Sur 179 MF d'emprunts auprès d'établissement de crédit existant au 31/12/98, 83 % 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 20 pays et réalise des travaux dans une soixantaine de 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 § 4.1.3.1.

### 4.9 EVOLUTION RECENTE ET PERSPECTIVES D'AVENIR

#### 4.9.1 LA STRATÉGIE DU GROUPE IPSOS

Ipsos considère qu'elle a été au cours des 20 dernières années la société d'études européenne 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 installer 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 :

##### 4.9.1.1 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*).

##### 4.9.1.2 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 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, Ipsos est aujourd'hui présent essentiellement en Europe et en Amérique. Le Groupe doit donc porter ses efforts notamment sur la zone Asie-Pacifique.

- **L'harmonisation de son offre**

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.

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, "Next" TV". Ce produit sera dorénavant commercialisé par toutes les filiales du Groupe. Des structures de coordination fonctionnent également sur le plan international dans les domaines des études marketing, des études médias et des études d'opinion et de recherche sociale. 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 et prochainement Espagne). Avec les centres d'enquêtes téléphoniques (*International CatiCentre*) et les réseaux d'enquêteurs équipés d'ordinateurs portables (Capibus, 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'enrichira dès l'année prochaine avec la mise en œuvre de systèmes ONLINE d'interrogation des cibles visées, en Europe, aux USA et ailleurs dans le monde.

- **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.

#### 4.9.1.3 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.

- **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 à coût faible. 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 "4.5.2 Utilisation des nouvelles technologies").

- **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. Dès l'automne 1999, les principales sociétés opérationnelles du groupe vont progressivement adopter un système comptable et de gestion (E.R.P.) intégré. Il sera 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 "4.6.1.1 Le projet ISIS").

#### 4.9.2 EVOLUTION RÉCENTE

Au cours des premiers mois de l'année 1999, Ipsos a poursuivi sa stratégie de développement ciblé :

- **Elargissement de la couverture géographique**

- Ipsos a fait l'acquisition de la société d'étude australienne MfC en février 1999. Cet achat a permis au Groupe de prendre position en Australie.
- En Asie, le bureau installé à Hong Kong en 1998 monte en puissance. Le Groupe prévoit de le transformer en une filiale à court terme.
- 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 1999, sous forme de mise en équivalence.

- **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, *Next\*TV*, dans tous les pays où il est présent ou représenté, en Europe, en Amérique du Nord et du Sud et, en Asie. *Next\*TV* a reçu un accueil très favorable de la part des clients du Groupe.

- **Accord sur la mesure de l'audience d'internet**

Ipsos a récemment conclu un accord de partenariat avec la société américaine Media Metrix et la société d'étude allemande GfK, afin de développer une activité de mesure de l'audience des sites web en Europe. Media Metrix est le leader mondial de cette spécialité. Dans la plupart des pays, Ipsos détiendra la responsabilité opérationnelle de l'activité. La filiale commune créée à cet effet, MMX Europe, mettra en œuvre la méthodologie de Media Metrix. Cette nouvelle société permettra aux annonceurs de disposer de données homogènes relatives à l'ensembles des marchés européens, des Etats-Unis et du Japon. Elle sera détenue à 24 % par Ipsos, 57 % par Media Metrix et 19 % par GfK. Cet accord permettra au Groupe Ipsos d'accélérer son développement dans un domaine, l'internet, appelé à prendre une importance croissante et où, via sa filiale Ipsos-ASI, il dispose déjà d'une expertise unique.

- **Evolution du partenariat dans l'Access Panel**

Par ailleurs, Ipsos va racheter à la société américaine NFO Worldwide, son partenaire pour le développement des access panel en Europe, ses parts dans leurs quatre filiales communes et s'apprête à annoncer avec d'autres sociétés internationales des accords de partenariat.

#### 4.9.3 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.

- **Rachat d'actionnaires minoritaires :**

Ipsos ne détient que 33 % de la filiale sud-américaine Novaction (acquise en décembre 1997) et un accord le lie à ses partenaires pour acquérir le solde en 2002. Les 67 % actuellement non détenus par Ipsos sont contrôlés par les managers des trois sociétés Novaction Argentine, Brésil et Mexique. Ipsos anticipera en 1999 le rachat du solde prévu dans cet accord. Ipsos envisage également d'anticiper le rachat des actionnaires minoritaires (15 %) dans sa filiale allemande, si possible dès 1999.

- **Croissance externe :**

Le Groupe va poursuivre l'élargissement de sa couverture géographique. Il prévoit ainsi de renforcer

son implantation en Asie et en Europe centrale, à la fois par la conclusion d'accords de partenariat et par des prises de contrôle de sociétés locales. 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.

En Asie, en particulier, le groupe estime sa présence encore insuffisante malgré la première étape franchie avec l'établissement d'un bureau à Hong Kong en 1998 et l'acquisition de la société australienne MfC début 1999. Ce renforcement passera par des opérations de croissance externe en 1999 et en 2000, notamment en Chine et au Japon.

Le Groupe devrait également procéder à quelques acquisitions des sociétés de taille plus modeste, mais disposant d'une expertise dans un domaine lié à ses métiers actuels. Par exemple, internet ou la satisfaction de clientèle.

L'objectif d'Ipsos est d'acquérir environ 50 M d'Euros de chiffre d'affaires supplémentaire, en consacrant environ 40 M d'Euros aux prises de participations. Ces acquisitions ne devraient pas être dilutives.

Au Moyen-Orient, Ipsos envisage de renforcer sa présence en s'installant à Dubaï.

#### • 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 peu à peu des départements dédiés dans toutes ses implantations européennes, au sein d'une ligne-métier dirigée depuis la France. Le Groupe est actuellement le leader dans cette spécialité dans les trois pays où il la propose (France, Espagne et Hongrie).

En termes de répartition par activité, 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.

Au total, jusqu'en 2001, le Groupe a pour objectif de générer une croissance globale de son chiffre d'affaires de 20 % en moyenne par an (moitié par croissance organique, moitié en intégrant les nouvelles acquisitions) et de porter progressivement sa marge brute à un peu plus de 58 % et son résultat d'exploitation à 8,2 % du chiffre d'affaires, soit 14 % de la marge brute.

*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.*

*Ni la Société Générale ni Warburg Dillon Read n'ont vérifié de façon indépendante les données sous-jacentes à la formulation par la Société de ses objectifs financiers.*

*Ni la Société Générale, ni Warburg Dillon Read, n'acceptent aucune responsabilité en ce qui concerne les objectifs financiers de la Société, leur formulation par la Société ou leur réalisation ou non réalisation.*

*Par ailleurs, la Société Ipsos s'est engagée à ne pas communiquer aux analystes financiers de ses banques conseils ni à d'autres intervenants des marchés financiers des chiffres et des données provisionnelles autres que ceux inclus dans le présent prospectus.*

#### **4.10 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. La procédure pourrait durer deux à trois ans.
- 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, le Groupe ayant été saisi par le Comité d'Entreprise d'une demande d'information concernant l'application de la participation des salariés pour les exercices antérieurs à 1997, date à laquelle pour les filiales françaises un accord de participation est entré en vigueur, il a été constitué une provision de 5 MF correspondant à l'estimation de ce risque.

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

## 4.11 GLOSSAIRE

**Acces 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 les pré-tests, les post-tests et le tracking publicitaire.

**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-test de film publicitaire (ex. *Next\*TV*, le produit mondial de pré-test de films d'Ipsos)

**Etudes multiclients** : comme leurs 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 médias) 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 multiclients".

**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).

**Post-test publicitaire** : évaluation des effets d'une campagne publicitaire ou promotionnelle après une action média de promotion.

**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 (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 financière - Résultats

### 5.1 COMPTES CONSOLIDÉS AU 31 DÉCEMBRE 1998

#### 5.1.1 RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS AU 31 DÉCEMBRE 1998

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 SA établis en francs relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 1998, 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 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 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'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Fait à Paris, le 10 mai 1999

Les Commissaires aux Comptes

COGERPO - FLIPO  
Francis Pons

JPA  
Danielle Bardreau  
Gilbert-Jacques Potdevin

ERNST & YOUNG Audit  
Gabriel Galet

## 5.1.2 ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS AU 31 DÉCEMBRE 1998

**BILAN CONSOLIDÉ**

en milliers de francs

BILAN ACTIF	Notes	31.12.98			31.12.97
	n°	Brut	Amortissements et provisions	Net	Net
<b>ACTIF IMMOBILISÉ</b>					
<b>Immobilisations incorporelles</b>	1				
Frais d'établissement		603	519	84	176
Autres immobilisations incorporelles		49 115	24 662	24 453	13 040
Fonds commerciaux		163 949	16 537	147 412	6 852
<b>Écarts d'acquisition</b>	1	257 251	56 307	200 944	212 711
<b>Immobilisations corporelles</b>	1	141 943	91 578	50 365	53 172
<b>Immobilisations financières</b>	2				
Titres de participations		2 779	2 029	750	1 096
Autres immobilisations financières		8 833	200	8 633	8 982
<b>TOTAL ACTIF IMMOBILISÉ</b>		<b>624 473</b>	<b>191 832</b>	<b>432 641</b>	<b>296 029</b>
<b>ACTIF CIRCULANT</b>					
<b>Stocks et en cours</b>					
Fournitures		601		601	785
Études en cours		82 083	1 014	81 069	90 141
<b>Créances</b>	8				
Clients et comptes rattachés		305 420	6 158	299 262	232 278
Autres créances		42 189	178	42 011	30 636
Valeurs mobilières de placement		1 184	11	1 173	2 973
Disponibilités		48 501		48 050	27 582
<b>TOTAL ACTIF CIRCULANT</b>	5	<b>479 978</b>	<b>7 361</b>	<b>472 617</b>	<b>384 395</b>
<b>Comptes de régularisation</b>	3	18 893		18 893	16 219
<b>TOTAL DE L'ACTIF</b>		<b>1 123 344</b>	<b>199 193</b>	<b>924 151</b>	<b>696 643</b>

en milliers de francs

BILAN PASSIF	Notes	31.12.98	31.12.97
	n°	avant affectation de résultats	
<b>CAPITAUX PROPRES</b>			
Capital		19 806	15 743
Primes		153 157	77 230
Autres réserves		-5 443	5 348
<b>RÉSULTAT DE L'EXERCICE, PART DU GROUPE</b>		<b>6 807</b>	<b>-2 400</b>
<b>CAPITAUX PROPRES, PART DU GROUPE</b>	<b>4</b>	<b>174 327</b>	<b>95 921</b>
Réserves consolidées, part des minoritaires		56 591	59 290
Résultats de l'exercice, part des minoritaires		7 091	4 807
<b>INTÉRÊTS MINORITAIRES</b>	<b>4</b>	<b>63 682</b>	<b>64 097</b>
<b>TOTAL DES CAPITAUX PROPRES</b>		<b>238 009</b>	<b>160 018</b>
<b>PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES</b>	<b>5</b>	<b>24 509</b>	<b>18 306</b>
<b>DETTES</b>			
<b>Emprunts obligataires convertibles</b>	<b>6</b>	<b>19 998</b>	<b>19 998</b>
<b>Emprunts et dettes financières</b>	<b>7</b>	<b>242 260</b>	<b>163 823</b>
<b>Autres dettes</b>	<b>8</b>		
Clients, avances et acomptes		93 121	89 505
Fournisseurs et comptes rattachés		129 988	97 105
Dettes fiscales		137 479	114 695
Autres dettes		17 063	19 393
<b>TOTAL DES DETTES</b>		<b>639 909</b>	<b>504 519</b>
<b>Comptes de régularisation</b>	<b>3</b>	<b>21 724</b>	<b>13 800</b>
<b>TOTAL DU PASSIF</b>		<b>924 151</b>	<b>696 643</b>

**COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ**
*en milliers de francs*

	Notes n°	1998	1997
Chiffre d'affaires	1	1 307 394	945 973
Production stockée		-3 005	-10 666
Production immobilisée		3 674	6 071
Reprises sur provisions, amortissements et transferts de charges		3 351	3 935
Autres produits		4 982	3 326
<b>TOTAL DES PRODUITS D'EXPLOITATION</b>		<b>1 316 396</b>	<b>948 639</b>
Achats de matières premières et autres approvisionnements		1 188	937
Autres achats et charges externes		628 266	433 752
Impôts, taxes et versements assimilés		15 012	13 068
Salaires, traitements et charges sociales		559 831	439 893
Dotations aux amortissements et aux provisions		34 177	25 411
Autres charges		5 079	2 821
<b>TOTAL DES CHARGES D'EXPLOITATION</b>		<b>1 243 553</b>	<b>915 882</b>
<b>RÉSULTAT D'EXPLOITATION</b>		<b>72 843</b>	<b>32 757</b>
Produits financiers		2 765	2 096
<b>TOTAL DES PRODUITS FINANCIERS</b>		<b>2 765</b>	<b>2 096</b>
Charges financières		15 976	8 854
<b>TOTAL DES CHARGES FINANCIÈRES</b>		<b>15 976</b>	<b>8 854</b>
<b>RÉSULTAT FINANCIER</b>		<b>-13 211</b>	<b>-6 758</b>
<b>RÉSULTAT COURANT DES ENTREPRISES INTÉGRÉES</b>		<b>59 632</b>	<b>25 999</b>
Produits exceptionnels sur opérations de gestion		539	517
Produits exceptionnels sur opérations en capital		1 927	4 244
Reprises sur provisions et transferts de charges		569	288
<b>TOTAL DES PRODUITS EXCEPTIONNELS</b>		<b>3 035</b>	<b>5 049</b>
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion		886	379
Charges exceptionnelles sur opérations en capital		2 311	4 154
Dotations aux provisions et amortissements		5 271	839
<b>TOTAL DES CHARGES EXCEPTIONNELLES</b>		<b>8 468</b>	<b>5 372</b>
<b>RÉSULTAT EXCEPTIONNEL</b>	2	<b>-5 433</b>	<b>-323</b>
<b>RÉSULTAT AVANT IMPÔT ET PARTICIPATION</b>		<b>54 199</b>	<b>25 676</b>
Participation des salariés		2 356	2 032
Impôt sur les bénéfices	3	17 092	9 271
<b>RÉSULTAT APRÈS IMPÔT ET PARTICIPATION</b>		<b>34 751</b>	<b>14 373</b>
Dotations aux amort. des écarts d'acquisition et des fonds commerciaux		20 853	11 966
<b>RÉSULTAT NET GLOBAL, TOTAL</b>		<b>13 898</b>	<b>2 407</b>
Part revenant aux intérêts minoritaires		7 091	4 807
<b>RÉSULTAT NET GLOBAL, PART DU GROUPE</b>		<b>6 807</b>	<b>-2 400</b>
<b>RÉSULTAT NET, TOTAL</b>		<b>31 946</b>	<b>13 861</b>
<b>AVANT AMORTISSEMENT DES ÉCARTS D'ACQUISITION ET</b>			
<b>DES FONDS COMMERCIAUX ET LEUR INCIDENCE FISCALE</b>			

**TABLEAU DES FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉ**
*en milliers de francs*

	<b>1998</b>	<b>1997</b>
<b>OPÉRATIONS D'EXPLOITATION</b>		
RÉSULTAT NET CONSOLIDÉ PART DU GROUPE	6 807	-2 400
<b>ÉLÉMENTS NON MONÉTAIRES SANS INDICE SUR LA TRÉSORERIE</b>		
Amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles	29 749	22 879
Moins-value (plus-value) sur cessions d'actifs	207	-1 339
Dépréciations des écarts d'acquisition et des fonds commerciaux	20 853	11 966
Variation des autres provisions	7 286	918
Impôts différés	-451	-626
Intérêts minoritaires	7 091	4 807
Autres éléments	-122	
<b>Capacité d'autofinancement</b>	<b>71 420</b>	<b>36 205</b>
Diminution (augmentation) des stocks	9 269	-13 984
Diminution (augmentation) des créances clients	-68 117	-46 004
Diminution (augmentation) des autres créances	-13 076	-11 051
Augmentation (diminution) des dettes fournisseurs	32 883	27 799
Augmentation (diminution) des intérêts courus sur dettes financières	481	67
Augmentation (diminution) des autres dettes	39 724	15 796
<b>Variation du besoin en fonds de roulement</b>	<b>1 164</b>	<b>-27 377</b>
<b>FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DE L'EXPLOITATION</b>	<b>72 584</b>	<b>8 828</b>
<b>OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT</b>		
Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles (hors fonds de commerce)	-42 024	-40 495
Acquisition de fonds de commerce	-148 193	0
Acquisition de titres de participation	-911	-32 253
Produits des cessions d'actifs corporels et incorporels	1 293	630
Produits des cessions de titres de participations	504	191
Diminution (augmentation) des VMP	1 796	225
Diminution (augmentation) des autres immobilisations financières	-1 033	-1 966
Augmentation (diminution) des dettes fournisseurs d'immobilisation	-7 730	6 913
Impact des variations de change et de périmètre	-3 776	2 781
<b>FLUX DE TRÉSORERIE AFFECTÉS AUX INVESTISSEMENTS</b>	<b>-200 074</b>	<b>-63 974</b>
<b>OPÉRATIONS DE FINANCEMENT</b>		
Augmentation de capital	79 990	967
Émission d'emprunts à longs terme	106 134	67 437
Remboursement d'emprunts à long terme	-31 847	-24 247
Augmentation (diminution) des découverts bancaires et des emprunts à court terme	4 692	16 667
Dividendes versés aux actionnaires minoritaires	-8 599	-6 158
<b>FLUX DE TRÉSORERIE AFFECTÉS AUX OPÉRATIONS DE FINANCEMENT</b>	<b>150 370</b>	<b>54 666</b>
<b>DISPONIBILITÉS À L'OUVERTURE</b>	<b>27 582</b>	<b>26 647</b>
Incidence des variations des taux de change sur les disponibilités	-1 961	1 415
<b>VARIATION NETTE DES DISPONIBILITÉS</b>	<b>22 880</b>	<b>-480</b>
<b>DISPONIBILITÉS À LA CLÔTURE</b>	<b>48 501</b>	<b>27 582</b>

## ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS

### I - ÉVOLUTION DU PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION

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

Les principales évolutions du périmètre au cours de l'exercice 1998 ont été les suivantes :

- Acquisition des actifs de la société ASI Inc. par une société holding créée pour l'occasion, Ipsos-ASI, pour un coût total de 27,5 MUSD, en février 1998. La société est donc consolidée sur 11 mois en 1998.
- Acquisition de 16 % des sociétés Metrica Argentine, Metrica Brésil et Metrica Mexique par Ipsos Latin America à la valeur nominale des titres en janvier 1998.
- Acquisition de 30 % de la société Ipsos Portugal par Ipsos SA pour 0,2 MFRF en août 1998 ce qui porte la participation du groupe à 100 %.

#### B. Périmètre de consolidation au 31 décembre 1998

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
		Société			
Ipsos	SA	Consolidante	France	99, rue de l'Abbé Groult 75739 Paris cedex 15	304 555 634
GIE Ipsos Europe (1)	GIE	100	France	99, rue de l'Abbé Groult 75739 Paris cedex 15	401 615 608
Ipsos France	SA	99,99	France	99, rue de l'Abbé Groult 75739 Paris cedex 15	392 901 856
Ipsos Médias	SA	99,81	France	99, rue de l'Abbé Groult 75739 Paris cedex 15	334 068 129
Ipsos Opinion Infométrie	SA	99,62	France	99, rue de l'Abbé Groult 75739 Paris cedex 15	317 839 959
Ipsos Régions	SARL	99,02	France	97, rue du Président Édouard Herriot 69002 Lyon	972 509 442
Ipsos Interviews/MLA	SA	99,96	France	99, rue de l'Abbé Groult 75739 Paris cedex 15	315 105 502
Ipsos Satisfaction de client	SA	99,85	France	99, rue de l'Abbé Groult 75739 Paris cedex 15	391 307 329
Gie Ipsos (2)	GIE	100	France	99, rue de l'Abbé Groult 75739 Paris cedex 15	342 050 614
Ipsos Santé	SNC	100	France	99, rue de l'Abbé Groult 75739 Paris cedex 15	333 925 824
Ipsos-Insight Marketing	SA	99,97	France	99, rue de l'Abbé Groult 75739 Paris cedex 15	712 047 265
Insight Marques	SARL	74,78	France	99, rue de l'Abbé Groult 75739 Paris cedex 15	312 681 471
Stat Ipsos	SA	50,8	France	99, rue de l'Abbé Groult 75739 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	99,84	France	4, rue Louis Lejeune 92120 Montrouge	722 022 944
IMS Développement	SARL	99,98	France	132 boulevard Haussmann 75008 Paris	387 725 245
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 Deutschland	GmbH	85	Allemagne	Langelohstrasse 134, 2 000 Hambourg 53	
Ipsos Phone	GmbH	85	Allemagne	Langelohstrasse 134, 2 000 Hambourg 53	
Getas Consult	GmbH	85	Allemagne	Kuuckhoffstrasse 55, 13156 Berlin	
Ipsos-Explorer	SRL	100	Italie	10 Via Crocefisso, 20 122 Milano	
Explorer Operations	SRL	100	Italie	10 Via Crocefisso, 20 122 Milano	
Ipsos-Szonda	Hongrie	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 États-Unis	
Ipsos Portugal	LDA	100	Portugal	Rua Carlos Malheiro Dias, 11 1700 Lisboa	
Ipsos Latin America (5)	BV	33,33	Pays-Bas	Koningslaan 34 1075 aAD Amsterdam	
Novaction Argentina (4)	SA	33,33	Argentine	Conesa 2046 - Buenos Aires 1248	
Novaction Brazil (4)	LDA	33,33	Brésil	Av. 9 de Julho, 5017 Conj. 111 CEP 01407-200 Sao Paulo	
Novaction Mexico (4)	SA	33,33	Mexique	Insurgentes Sur 933 Piso 5 Mexico (DF) Colonia Naploes	
Publimetria (4)	SA	26,07	Argentine	Conesa 2046 - Buenos Aires 1248	
Metrica Argentine (4)	SA	21,9	Argentine	Conesa 2046 - Buenos Aires 1248	
Metrica Brazil (4)	LDA	21,9	Brésil	Av. 9 de Julho, 5017 Conj. 111 CEP 01407-200 Sao Paulo	
Metrica Mexico (4)	SA	21,9	Mexique	Insurgentes Sur 933 Piso 5 Mexico (DF) Colonia Naploes	
Ipsos America	Inc.	100	USA	263, Tresser Blvd. Stamford, CT	
Ipsos-ASI	Inc.	100	USA	263, Tresser Blvd. Stamford, CT	

## Sociétés consolidées par intégration proportionnelle

ENTREPRISES CONSOLIDÉES	FORME	% D'INTÉRÊT	PAYS	ADRESSE	N° SIREN
Ipsos-NFO France	SA	49,99	France	99, rue de l'Abbé Groult 75739 Paris cedex 15	392 901 856
Ipsos-NFO GIE (3)	GIE	48,87	France	99, rue de l'Abbé Groult 75739 Paris cedex 15	402 829 147
Ipsos-NFO UK	Ltd Co.	51	GB	Elmgrove Road Harrow HA1 2QG	
Ipsos-NFO Germany	GmbH	43,35	Allemagne	Hobeluftchaussee 112, 20 244 Hambourg	
Ipsos-NFO Italy	SRL	51	Italie	10 Via Crocefisso, 20 122 Milano	

(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 1998 : Ipsos Médias, Ipsos Opinion Infométrie, Ipsos Interviews/MLA, Ipsos Régions, Ipsos France, Ipsos Satisfaction de clientèle, Ipsos Insight Marketing, Insight Marques, Int res, Research Services Ltd, Gfm Getas, Explorer Marketing, Explorer Opérations, Eco, Eco Consulting, Port Ipsos. 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 1998 : Ipsos, GIE Ipsos Europe, Ipsos Médias, Ipsos Opinion Infométrie, Ipsos Interviews/MLA, Ipsos Régions, Ipsos France, Ipsos Satisfaction de clientèle, Ipsos Insight Marketing, Insight Marques. Les règles de fonctionnement du GIE sont telles qu'il ne dégage ni bénéfice, ni perte.

(3) Ipsos NFO GIE, structure sans capital prend en charge la coordination de l'activité panel au service exclusif de ses membres, qui en assurent le fonctionnement. Les membres tous à égalité, sont au 31 décembre 1998 : GIE Ipsos Europe, NFO USA, Ipsos-NFO France, Ipsos-NFO Germany, Ipsos-NFO UK et Ipsos-NFO Italie. Les règles de fonctionnement du GIE sont telles qu'il ne dégage ni bénéfice, ni perte.

(4) Les sociétés latino-américaines sont consolidées selon la méthode de l'intégration globale car Ipsos s'est engagé à acquérir sous certaines conditions, 66,67 % de ces sociétés en 2002 (cf. engagement hors bilan §3 page 23), et parce que le groupe exerce la direction opérationnelle de ces sociétés, disposant par l'intermédiaire d'un pacte d'actionnaires du pouvoir de décision sur les éléments essentiels de la vie de la société (budget, investissements,...).

## II - PRINCIPES COMPTABLES ET METHODES D'ÉVALUATION

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 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 1998. Toutes les sociétés arrêtent leurs comptes au 31 décembre. Le compte de résultat de la société Ipsos ASI couvre une période de onze mois car cette société a été acquise le 1<sup>er</sup> février 1998.

#### Écart 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 Int res, 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 (hors les dotations et les reprises sur amortissements et provisions, les résultats de cession d'immobilisations, les variations de stock et les dividendes convertis au cours de clôture). 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 :

	<b>1998</b>	<b>1997</b>
<b>USD</b>	<b>5,8964</b>	<b>5,8376</b>
<b>STG</b>	<b>9,7699</b>	<b>9,5587</b>
<b>DEM</b>	<b>3,3525</b>	<b>3,3663</b>
<b>PTS</b>	<b>0,03948</b>	<b>0,0399</b>
<b>ITL (1000)</b>	<b>3,396</b>	<b>3,427</b>

### 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 valeur 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. Ils sont comptabilisés 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 RÉSULTAT

### 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	560	44			-1	603
Frais de recherche	0	2 515				2 515
Autres immo. incorporelles	32 143	16 300	1 630	-160	-53	46 600
Fonds commerciaux	15 727	148 193			29	163 949
<b>TOTAL</b>	<b>48 430</b>	<b>167 052</b>	<b>1 630</b>	<b>-160</b>	<b>-25</b>	<b>213 667</b>
<b>ECARTS D'AQUISITION</b>	<b>255 780</b>			<b>-306</b>	<b>1 777</b>	<b>257 251</b>
<b>IMMOBILISATIONS CORPORELLES</b>						
	127 687	23 165	5 138	160	-3 931	141 943
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>431 897</b>	<b>190 217</b>	<b>6 768</b>	<b>-306</b>	<b>-2 179</b>	<b>612 861</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	384	137			-2	519
Frais de recherche		266				266
Autres immo. incorporelles	19 103	6 513	1 049	-141	-30	24 396
Fonds commerciaux	8 875	7 645			17	16 537
<b>TOTAL</b>	<b>28 362</b>	<b>14 561</b>	<b>1 049</b>	<b>-141</b>	<b>-15</b>	<b>41 718</b>
<b>ECARTS D'ACQUISITION</b>	<b>43 069</b>	<b>13 240</b>			<b>-2</b>	<b>56 307</b>
<b>IMMOBILISATIONS CORPORELLES</b>						
	74 515	22 836	3 891	141	-2 023	91 578
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>145 946</b>	<b>50 637</b>	<b>4 940</b>	<b>0</b>	<b>-2 040</b>	<b>189 603</b>

### Frais de recherche et de développement

Les frais de recherche et de développement correspondent au projet " Radio Watch ", qui vise à mettre au point un nouveau système de mesure passive de l'audience de la radio.

### Détails des acquisitions et fonds de commerce par zone

*Détail des écarts d'acquisition par zone géographique*

Zones	Montant brut	Amortissements	Montant net
France	45 351	11 692	33 659
Europe hors France	136 891	39 930	96 961
Amérique Latine	75 009	4 685	70 324
<b>TOTAL</b>	<b>257 251</b>	<b>56 307</b>	<b>200 944</b>

*Détail des fonds commerciaux par zone géographiques*

Zones	Montant brut	Amortissements	Montant net
France	2 451	530	1 921
Europe hors France	13 305	9 216	4 089
Amérique du Nord	148 193	6 791	141 402
<b>TOTAL</b>	<b>163 949</b>	<b>16 537</b>	<b>147 412</b>

## Note 2 - Immobilisations financières

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

	Valeurs brutes au début de l'exercice	Augmentations	Diminutions	Mouvements	Variations de périmètre et Ecart de change	Valeurs brutes à la fin de l'exercice
<b>Titres de participations consolidés</b>	<b>3 151</b>	<b>109</b>	<b>475</b>		<b>-6</b>	<b>2 779</b>
<b>Créances rattachées à des participations</b>	<b>1 363</b>	<b>1 015</b>			<b>-83</b>	<b>2 295</b>
<b>Prêts</b>	<b>371</b>	<b>184</b>	<b>251</b>			<b>304</b>
<b>Autres</b>	<b>7 448</b>	<b>592</b>	<b>1 432</b>	<b>-279</b>	<b>-95</b>	<b>6 234</b>
<b>TOTAL</b>	<b>12 333</b>	<b>1 900</b>	<b>2 158</b>	<b>-279</b>	<b>-184</b>	<b>11 612</b>

### Titres de participation non consolidés :

	% d'intérêts	Valeur brute	Dépréciation	Valeur nette	
Sylicom *	38 %	221	0	221	France
Ipsos Argentine	100 %	58	0	58	Argentine
Banc d'essai (société en liquidation)	100 %	2 014	2 014	0	France
Marketing Consult	100 %	30	15	15	Hongrie
Getas Irwik *	59,54 %	195	0	195	Pologne
Ifes		168		168	Allemagne
Ipsos Australie	100 %	0	0	0	Australie
Stat Liban	5 %	33	0	33	Liban
Stat Syrie	49 %	60	0	60	Syrie
<b>* TITRES DÉCONSOLIDÉS</b>		<b>2 779</b>	<b>2 029</b>	<b>750</b>	

## Note 3 - Comptes de régularisation actif et passif

	au 31/12/98	au 31/12/97
<b>COMPTES DE RÉGULARISATION ACTIF</b>		
Charges constatées d'avance	14 904	13 321
Charges à répartir	794	1 190
Ecart de convention actif	203	86
Impôts différés	2 961	1 591
Autres	31	31
	<b>18 893</b>	<b>16 219</b>
<b>COMPTES DE RÉGULARISATION PASSIF</b>		
Produits constatés d'avance	21 614	13 608
Ecart de conversion passif	110	192
	<b>21 724</b>	<b>13 800</b>

## Note 4 - Variation des capitaux propres

Rubriques	Capitaux propres		
	Groupe	Minoritaires	Total
Capitaux propres à la clôture de l'exercice clos le 31/12/97 (hors résultat et écarts de conversion)	100 072	59 631	159 703
Ecart de conversion antérieurs *	-1 751	-341	-2 092
Résultat de l'exercice clos le 31/12/97	-2 400	4 807	2 407
<b>CAPITAUX PROPRES À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE CLOS LE 31/12/97</b>	<b>95 921</b>	<b>64 097</b>	<b>160 018</b>
Augmentation de capital	79 990		79 990
Distribution de dividendes		-8 599	-8 599
Modification du périmètre de consolidation		2 332	2 332
Ecart de conversion créés au titre de l'exercice 1998 *	-8 391	-1 239	-9 630
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>

\* dont écarts de conversion figés au 31 décembre 1998

relatifs aux filiales étrangères situées dans les pays de l'Union Economique et Monétaire

-2 997

83

-2 914

## 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	836	5 385	722	634	19	6 152
Retraite	17 470	2 094	1 185	0	-22	18 357
<b>SOUS TOTAL</b>	<b>18 306</b>	<b>7 479</b>	<b>1 907</b>	<b>634</b>	<b>-3</b>	<b>24 509</b>
<b>PROVISIONS INSCRITES À L'ACTIF</b>						
Provision sur comptes clients	5 025	1 528	279	0	-116	6 158
Provision pour autre actif circulant	1 211	95	39	0	-64	1 203
Provision pour actif immobilisé	2 255	15	41	0	0	2 229
<b>SOUS TOTAL</b>	<b>8 492</b>	<b>1 638</b>	<b>359</b>	<b>0</b>	<b>-180</b>	<b>9 591</b>
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>26 798</b>	<b>9 117</b>	<b>2 266</b>	<b>634</b>	<b>-183</b>	<b>34 100</b>
Dont dotations et reprises						
	Exploitation	1 986				
	Financières	-28				
	Exceptionnelles	4 893				

## Note 6 - Emprunt obligataire convertible

Quasi fonds propres	Solde au 31/12/98	inf.à un an	Échéance	
			entre 1 et 5 ans	sup. à 5 ans
<b>EMPRUNT OBLIGATAIRE CONVERTIBLE</b>	19 998	19 998	0	0

Le 24 juillet 1992, la société a émis 3 868 obligations convertibles en actions à une valeur nominale de 5 170 francs, selon un rapport de conversion de une action pour une obligation convertible, à échéance 24 juillet 1999 ; la probabilité de conversion étant très forte, la prime de remboursement n'est pas comptabilisée (voir paragraphe IV - 2.). La division du nominal de l'action Ipsos par 50 en 1998 donne droit aux obligataires convertibles à 193 400 actions.

## Note 7 - Emprunts et dettes financières

Dettes financières	Solde au 31/12/98	inf.à un an	Échéance	
			entre 1 et 5 ans	sup. à 5 ans
Emprunts auprès des établissements de crédits *	179 146	28 453	146 479	4 217
Autres dettes financières	11 534	6 289	2 573	2 672
Intérêts courus sur dettes financières	1 102	1 102		
Concours bancaires courants	50 475	50 475		
<b>TOTAL A</b>	<b>242 260</b>	<b>86 319</b>	<b>149 052</b>	<b>6 889</b>

Trésorerie active	Solde au 31/12/98	inf.à un an	Échéance	
			entre 1 et 5 ans	sup. à 5 ans
Disponibilités	48 501	48 501		
Valeurs mobilières de placement	1 173	1 173		
<b>TOTAL B</b>	<b>49 674</b>	<b>49 674</b>		
<b>ENDETTEMENT NET (A - B)</b>	<b>192 586</b>	<b>36 645</b>	<b>149 052</b>	<b>6 889</b>

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

en milliers de francs

Emprunts contractés auprès des établissements de crédit	Solde au 31/12/98	Taux fixe	Taux variable
En dollars américains (USD)	81 626	0	81 626
En francs belges (BEF)	1 587	0	1 587
En francs français (FRF)	95 936	30 479	65 457
<b>TOTAL</b>	<b>179 149</b>	<b>30 479</b>	<b>148 670</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 - Échéance des créances et des autres dettes

Rubriques	Montants bruts	à moins d'un an	à plus d'un an
<b>PROVISIONS POUR RISQUES</b>			
Clients et comptes rattachés	305 420	302 749	2 671
Autres créances	42 189	42 189	0
<b>TOTAL DES CRÉANCES</b>	<b>347 609</b>	<b>344 938</b>	<b>2 671</b>
<b>AUTRES DETTES</b>			
Clients, avances et acomptes	93 121	93 121	0
Fournisseurs et comptes rattachés	129 988	129 988	0
Autres dettes fiscales et sociales	137 479	137 114	365
Autres dettes	16 605	16 288	317
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	458	458	0
<b>TOTAL DES AUTRES DETTES</b>	<b>377 651</b>	<b>376 969</b>	<b>682</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).

## Groupe Ipsos - Compte de résultat analytique

en milliers de francs

	Notes	1998	1997
Chiffre d'affaires	1	1 307 394	945 973
Coûts directs		583 921	426 875
<b>MARGE BRUTE</b>		<b>723 473</b>	<b>519 098</b>
Charges de personnel		428 909	326 205
Charges générales d'exploitation		217 494	150 628
Autres charges et produits, nets		4 227	9 508
<b>TOTAL DES CHARGES D'EXPLOITATION</b>		<b>650 630</b>	<b>486 341</b>
<b>RÉSULTAT D'EXPLOITATION</b>		<b>72 843</b>	<b>32 757</b>
Résultat financier		-13 211	-6 758
Résultat exceptionnel	2	-5 433	-323
<b>RÉSULTAT AVANT IMPÔTS ET PARTICIPATION DES SALARIÉS</b>		<b>54 199</b>	<b>25 676</b>
Participation des salariés		2 356	2 032
Impôts sur les bénéfices	3	17 092	9 271
<b>RÉSULTAT APRÈS IMPÔTS ET PARTICIPATION DES SALARIÉS</b>		<b>34 751</b>	<b>14 373</b>
Amortissement des écarts d'acquisition et des fonds commerciaux		20 853	11 966
<b>RÉSULTAT NET GLOBAL, TOTAL</b>		<b>13 898</b>	<b>2 407</b>
Part revenant aux intérêts minoritaires		7 091	4 807
Résultat net global, Part du groupe		6 807	-2 400
<b>RÉSULTAT NET, TOTAL</b>		<b>31 946</b>	<b>13 861</b>
Avant amortissement des écarts d'acquisition et des fonds commerciaux et leur incidence fiscale			

### Note 1 - Chiffre d'affaires

Chiffre d'affaires	Par zone	1 998
<b>SOCIÉTÉS INTÉGRÉES GLOBALEMENT</b>		
France		360 492
Grande - Bretagne		253 707
Allemagne		160 880
Italie		102 032
Espagne		78 171
Hongrie		18 174
Belgique		8 924
Portugal		4 381
États Unis		167 970
Amérique Latine		124 136
<b>SOUS TOTAL</b>		<b>1 279 136</b>
<b>SOCIÉTÉS INTÉGRÉES PROPORTIONNELLEMENT</b>		
France		14 629
Grande - Bretagne		9 125
Allemagne		281
Italie		28 258
<b>SOUS TOTAL</b>		<b>28 258</b>
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL</b>		<b>1 307 394</b>

Chiffre d'affaires	Par secteur d'activité	1 998
Marketing		575 253
Mesure de l'efficacité publicitaire		326 849
Médias		183 035
Opinion et recherche sociale		91 518
Qualité et Satisfaction de clientèle		104 592
Autre		26 148
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL</b>		<b>1 307 394</b>

## Note 2 - Résultat exceptionnel

	1 998
<b>RÉSULTAT EXCEPTIONNEL SUR OPÉRATIONS DE GESTION</b>	<b>-347</b>
<b>RÉSULTAT EXCEPTIONNEL SUR OPÉRATIONS EN CAPITAL</b>	
Cessions d'immobilisations incorp. et corporelles	-345
Cessions d'immobilisations financières	138
Autres	-177
Sous-total	-384
<b>DOTATIONS ET REPRISES DE PROVISIONS EXCEPTIONNELLES</b>	<b>-4 702</b>
<b>TOTAL RÉSULTAT EXCEPTIONNEL</b>	<b>-5 433</b>

Une provision exceptionnelle a été constituée par la société française Ipsos Interviews pour couvrir un risque lié à la participation des salariés pour les exercices antérieurs à 1997 (voir paragraphe IV - 3).

## Note 3 - Impôt sur les bénéfices

Les impôts sur les bénéfices pris en charge par le groupe, s'élèvent à :	1 998
<b>IMPÔTS EXIGIBLES</b>	<b>17 543</b>
<b>VARIATION DES IMPOSITIONS DIFFÉRÉES</b>	
Différences temporaires d'imposition actif	-360
Différences temporaires liées aux retraitements de consolidation	-91
Sous-total	-451
<b>SOIT UNE CHARGE NETTE POUR LE GROUPE DE</b>	<b>17 092</b>

### 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 Infométrie, Ipsos Interviews/MLA, 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 1998.

## IV - INFORMATION DIVERSES

### 1. Informations en euros

La monnaie unique ayant été introduite au 1<sup>er</sup> 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 1997 et 1998 avec le taux de conversion officiel de l'euro contre franc de 6,55957.

#### Bilan consolidé simplifié en milliers d'euros

	31/12/98	31/12/97		31/12/98	31/12/97
<b>ACTIFS IMMOBILISÉ</b>			<b>CAPITAUX PROPRES</b>		
Immobilités incorporelles et corporelle	26 213	3 059	Capitaux propres, Part groupe	26 576	14 623
Ecarts d'acquisition	30 634	32 428	Intérêts minoritaires	9 708	9 772
Immobilités financières	1 430	1 536	Total	36 284	24 395
<b>ACTIF CIRCULANT</b>			Provisions pour risques et charges	3 736	2 791
Clients et comptes rattachés	45 622	35 411	Emprunts obligataires	3 049	3 049
Trésorerie	7 573	4 658	Autres dettes financières	36 932	24 975
Autres créances	29 413	29 111	Autres dettes	60 884	50 994
<b>TOTAL DE L'ACTIF</b>	<b>140 886</b>	<b>106 203</b>	<b>TOTAL DU PASSIF</b>	<b>140 886</b>	<b>106 203</b>

#### Éléments du compte de résultat consolidé en milliers d'euros

	1 998	1 997
Chiffre d'affaires	199 311	144 213
Résultat d'exploitation	11 105	4 994
Résultat avant impôt et participation des salariés	8 263	3 914
Résultat net, Total	4 870	2 113
Avant amortissement des écarts d'acquisition et des fonds commerciaux et leur incidence fiscale		
Résultat net global, Total	2 119	367
Résultat net global, Part du groupe	1 038	-366

### 2. Adaptation à l'euro et à l'an 2 000

#### 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 1<sup>er</sup> 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 1<sup>er</sup> 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 1<sup>er</sup> janvier 2002.

## L'an 2 000

La Direction des Systèmes et Technologies du Groupe Ipsos travaille depuis plus d'un an à un plan de passage à l'an 2000. Ce plan d'action du Groupe est relayé dans chaque pays par un correspondant spécialement nommé.

Tous les ordinateurs, y compris les postes CAPI ("Computer Assisted Personal Interviews") du terrain seront testés et révisés afin qu'ils soient compatibles aux normes an 2000. Par ailleurs, Ipsos a entrepris d'interroger tous les fournisseurs de logiciels externes quant à la compatibilité an 2000 de leurs produits et, si nécessaire leur mise à jour.

Les systèmes de gestion sont en cours de révision et seront réactualisés ou remplacés en 1999 afin de permettre un fonctionnement normal après l'an 2000.

Les coûts relatifs à la mise en conformité des systèmes et matériels ont été gérés dans le cadre d'une allocation prioritaire des Budgets Informatiques, sans surcoût important.

## 3. Engagements hors bilan

*en milliers de francs*

Les engagements hors bilan du groupe au 31 décembre 1998 sont les suivants :	
Cautions données en faveur d'établissement de crédit pour des filiales	79 230
Cautions données en faveur de sociétés de locations de bureau pour des filiales	21 813
Paiement éventuel de la prime de remboursement relative à l'emprunt obligatoire convertible d'Ipsos, pour 10 % de 19 997 560 francs	1 998
Engagement de rachat des deux tiers des titres restants d'Ipsos Latin America en 2002 sous certaines conditions sur la base de six fois la moyenne des profits nets consolidés des années 1999 à 2001 dans la limite d'une fois la moyenne du chiffre d'affaires de ces trois années pour un montant estimé de 9,7 millions de dollars américains	54 534
Engagements de rachats des 15 % des titres restants d'Ipsos Deutschland à l'horizon 2000 pour un montant estimé de 2,4 millions deutschemarks	8 049

## 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 durera probablement deux à trois ans.

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

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. Des discussions sont en cours avec le comité d'entreprise d'Ipsos Interviews à cet égard.

Après examen, il a 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.

### Autres litiges

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

## 5. Effectifs

	Effectifs moyens permanents
<b>SOCIÉTÉS INTÉGRÉES GLOBALEMENT</b>	
Ipsos SA & GIE Ipsos Europe	20
France	410
Belgique	11
Italie	108
Allemagne	187
Hongrie	50
Grande Bretagne	270
Espagne	157
Portugal	11
USA	198
Amérique Latine	85
<b>TOTAL</b>	<b>1 507</b>

	Effectifs moyens permanents
<b>SOCIÉTÉS INTÉGRÉES PROPORTIONNELLEMENT</b>	
France	10
Allemagne	13
Grande Bretagne	8
Italie	3
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>

## 6. Rémunérations versées aux dirigeants

Rémunérations allouées aux membres (en KF)	Rémunérations	Jetons de présence
<b>DES ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE</b>	10 443	
<b>TOTAL</b>	<b>10 443</b>	<b>0</b>

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

## 7. Options de souscriptions 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.

Les options de souscription d'actions de la première tranche représentent 48 831 options après division par 50 de la valeur nominale d'une action IPSOS, soit 2,5% du capital (prix de souscription : 270 F). Les bénéficiaires sont une soixantaine de cadres dirigeants du Groupe.

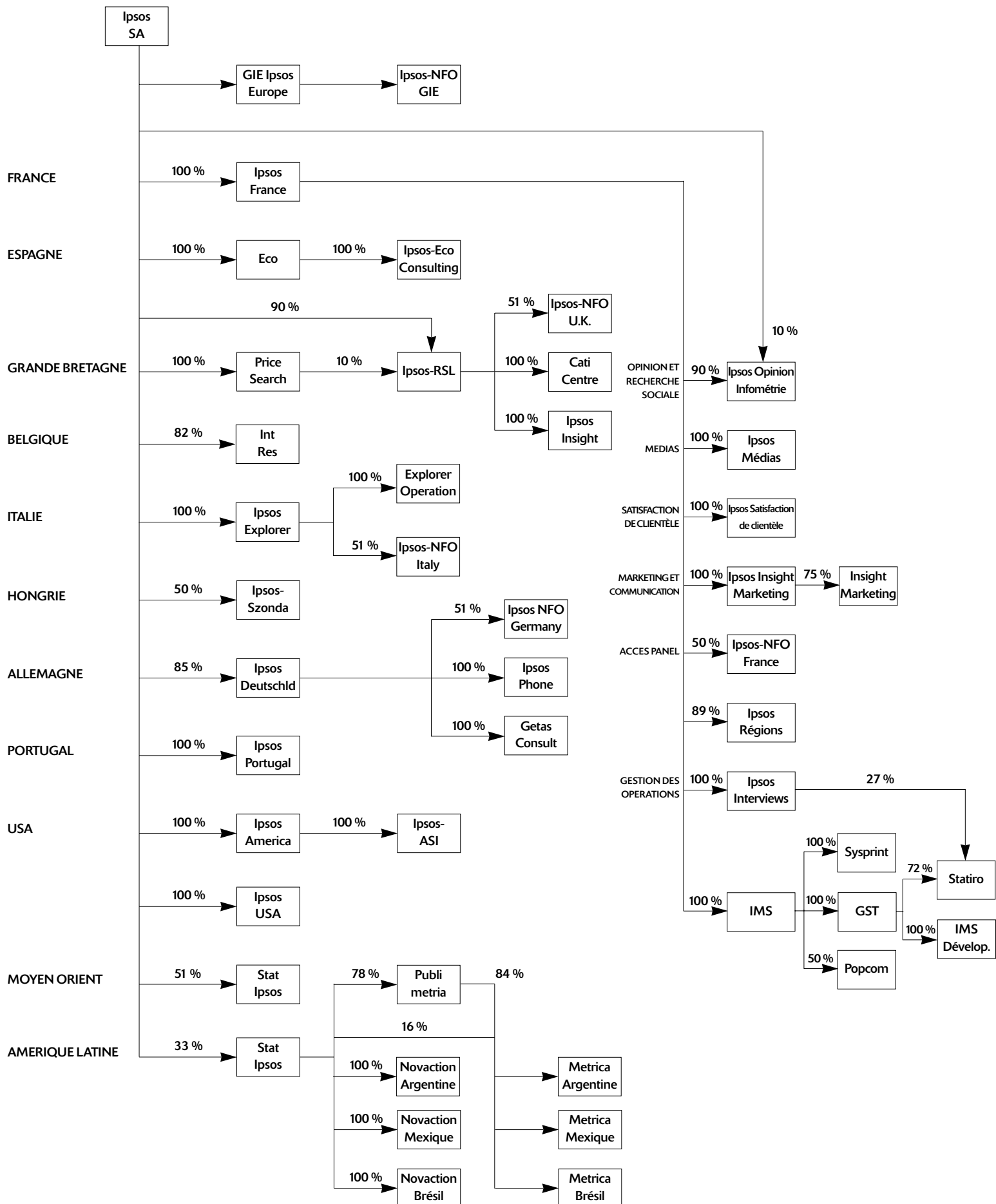
Une seconde tranche, représentant 3,5 % du capital pourrait être accordée en 1999 ou le cas échéant en 2000, dans les conditions fixées au projet de plan de souscription soumis du Conseil d'Administration du 28 juillet 1998, en fonction de l'évolution des résultats du groupe.

## 8. Données par action

DONNÉES PAR ACTION	1 998		1 997	
	TOTAL (en KF)	Par action (en FF)	TOTAL (en KF)	Par action (en FF)
Résultat avant impôt, Part du groupe	37 965	19,42	16 224	10,32
Résultat net, Part du groupe	22 334	11,42	8 310	5,29
Avant amortissement des écarts d'acquisition et des fonds commerciaux et leur incidence fiscale				
Résultat net global, Part du groupe	6 807	3,48	-2 400	-1,53

Le nombre moyen pondéré d'actions utilisé pour le calcul des résultats par action 1997 et 1998 prend en compte la division du nominal de l'action par 50 qui a eu lieu en 1998 et est avant toute dilution liée à la conversion de l'emprunt obligataire et aux options de souscription d'actions.

## 9. Organigramme



## 5.2 COMPLÉMENT D'INFORMATION SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

### 5.2.1. PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION

*Complément de la note A page 70.*

Les principaux impacts sur le compte de résultat des nouvelles sociétés entrées dans le périmètre en 1997 et 1998 sont :

	1998			1997		
	Chiffres d'affaires	courant avant impôts	Résultat Résultat net	Chiffres d'affaires	courant avant impôts	Résultat Résultat net
Metrica (Amérique Latine) 1998	23 173	3 565	1 206	0	0	0
Ipsos Novaction (Amérique Latine) 1997	101 232	11 012	433	26 833	3 337	416
Ipsos ASI-(États Unis) 1998	166 938	11 798	4 324	0	0	0
<b>IMPACT</b>	<b>291 343</b>	<b>26 375</b>	<b>5 963</b>	<b>26 833</b>	<b>3 337</b>	<b>416</b>

en KF

Au 31 décembre 1998, le Groupe n'est pas présent en Asie et n'a pas d'engagements patrimoniaux significatifs dans cette zone.

### 5.2.2. CRÉDIT BAIL

*Complément de la note B page 72.*

Les crédits baux figurent en immobilisations à l'actif du bilan, ventilés suivant la nature des immobilisations, et, au passif, sont inclus dans le poste "autres dettes financières".

Les crédits baux ne représentent pas un montant significatif.

### 5.2.3. CHIFFRE D'AFFAIRES

La comptabilisation aux comptes de résultat du chiffre d'affaires et des marges sur études s'effectue selon la méthode dite de "l'achèvement", l'achèvement étant défini comme la présentation des résultats de l'étude au client.

Lorsque des avances sont facturées aux clients, celles-ci sont mis en attente au passif du bilan au poste "Clients, avances et acomptes" et ne sont transférées au résultat qu'à l'achèvement.

### 5.2.4. IMMOBILISATIONS

*Complément de la note 1 page 73.*

La durée généralement retenue pour l'amortissement des fonds de commerce et des écarts d'acquisition est de vingt ans.

Les mouvements du poste "Fonds commerciaux" d'un montant de 148 193 KF correspondent exclusivement au rachat du fonds de commerce de la société ASI Market Research par Ipsos-ASI. Ce fonds de commerce est amorti sur vingt ans.

Les éléments d'actifs incorporels, fonds de commerce et écarts d'acquisition, font l'objet d'une évaluation à chaque clôture fondée généralement sur une combinaison de multiples de chiffre d'affaires, résultat d'exploitation et résultat net évalués par rapport à des sociétés d'études comparables en termes de secteurs d'activité ou de localisation géographique.

Les autres immobilisations incorporelles correspondent principalement à des logiciels.

### 5.2.5. ENGAGEMENTS POUR RETRAITE

Complément de la note 5 page 76.

Les engagements de retraites sont calculés selon la méthode rétrospective.

La méthode consiste à appliquer au dernier salaire mensuel de chaque salarié trois éléments :

- les droits à indemnité (calculé selon l'ancienneté défini par l'art.22 de la convention collective),
- la probabilité de survie (estimée à partir des tables de mortalité TD 88-90 en distinguant les hommes et les femmes),
- la probabilité d'être présent dans l'entreprise (estimé selon application d'un taux de turnover en fonction de l'âge, de l'ancienneté et de la catégorie de chaque salarié).

### 5.2.6. RÉSULTAT FINANCIER

	1 998	1 997
Autres produits de participation	136	
Revenus des autres créances et VMP	31	
Gain de change	698	448
Produits nets sur cession de VMP	27	
Autres produits financiers	1 782	1 524
Reprises sur prov. et amort. financiers	91	124
<b>TOTAL DES PRODUITS FINANCIERS</b>	<b>2 765</b>	<b>2 096</b>
Dotations aux prov. et amort. financiers	63	50
Intérêts et charges financiers	14 383	7 269
Intérêts sur obligations convertibles	470	437
Perte de change	863	1 096
Charge nette sur cession de VMP	14	
Autres charges financières	183	2
<b>TOTAL DES CHARGES FINANCIÈRES</b>	<b>15 976</b>	<b>8 854</b>
<b>RÉSULTAT FINANCIERS</b>	<b>-13 211</b>	<b>-6 758</b>

### 5.2.7. VENTILATION DE L'IMPÔT

Complément de la note 3 page 80.

	Résultat avant impôt et participation	Impôt
Résultat courant	59 632	16 894
Résultat exceptionnel	- 5 433	198
<b>TOTAL</b>	<b>54 199</b>	<b>17 092</b>

## 2.5.8. RÉSULTAT PAR ACTION DILUÉE

*Complément de la note 8 page 84.*

	1 998	
<b>DONNÉES PAR ACTION DILUÉE</b>	<b>TOTAL</b>	<b>Par action*</b>
	<b>(en KF)</b>	<b>(en FF)</b>
Résultat avant impôt, Part du groupe	37 965	17,29
Résultat net, Part du groupe avant amortissement des écarts d'acquisition et des fonds commerciaux et leur incidence fiscale	22 334	10,17
Résultat net global, Part du groupe	6 807	3,10

\* Le nombre d'actions moyen pondéré sur l'exercice 1998 a été calculé en prenant en compte la dilution intervenue le 31 mai 1999 lors de la conversion d'obligations convertibles en 193 400 actions, et de la réalisation concomitante d'une augmentation de capital portant sur 49 900 titres, qui avait été réservée aux obligataires le 23 janvier 1998.

## 5.3 COMPTES SOCIAUX IPSOS AU 31 DÉCEMBRE 1998

### 5.3.1 RAPPORT GÉNÉRAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES SOCIAUX DE L'EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 1998

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 1998, sur :

- le contrôle des comptes annuels de la Société Ipsos SA 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 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 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 du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

#### II - VÉRIFICATION ET INFORMATIONS SPÉCIFIQUES

Nous avons également procédé, conformément aux normes de la professions, 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 financières et les comptes annuels.

Fait à Paris, le 10 mai 1999

Les Commissaires aux Comptes

COGERPO - FLIPO  
Francis Pons

JPA  
Danielle Bardreau  
Gilbert-Jacques Potdevin

ERNST & YOUNG Audit  
Gabriel Galet

### 5.3.2 ÉTATS FINANCIERS SOCIAUX AU 31 DÉCEMBRE 1998

#### NOTE PRÉLIMINAIRE

Le bilan de 12 mois clos le 31 décembre 1998 et présenté avant répartition du résultat net totalise 341 179 101 francs.

Le compte de résultat de l'exercice présenté sous forme de liste dégage un bénéfice de 12 676 105 francs.

Les notes (ou les tableaux) ci-après, font partie intégrante des comptes annuels établis le 31 décembre 1998.

Les événements significatifs intervenus au cours de l'exercice 1998 sont les suivants :

- Ipsos SA a augmenté son capital par apport en numéraire en janvier 1998 ;
- le nombre de titres composant le capital a été multiplié par 50 suite à la division du nominal des actions par le même chiffre, portant ainsi le nominal des actions de 500 à 10 francs.
- Ipsos SA a pris une participation à 100 % dans le capital d'Ipsos America, Inc (USA) ;
- les titres IMS détenus au 31 décembre 1997 ont été apportés à leur valeur nette comptable au cours de l'exercice 1998 à Ipsos France ; en contrepartie, des actions Ipsos France ont été créées au bénéfice d'Ipsos ;
- Les sociétés Ipsos Satisfaction de Clientèle, IMS, IMS développement, Sysprint, Statiro et GST sont entrées dans le périmètre de l'intégration fiscale au 1<sup>er</sup> janvier 1998.



**BILAN**

BILAN ACTIF	31.12.98			31.12.97
	Brut	Amortissements et provisions	Net	Net
Capital souscrit non appelé				
<b>Immobilisations incorporelles</b>				
Frais d'établissement				
Frais de recherche et développement				
Concessions, brevets et droits similaires	466 058	132 538	333 520	64 288
Fonds commercial				
Autres immobilisations incorporelles				290 000
Avances, acomptes sur immo. incorporelles				
<b>Immobilisations corporelles</b>				
Terrains				
Constructions				
Installations techniques, matériel, outillage				
Autres immobilisations corporelles	390 573	265 481	125 092	130 634
Immobilisations en cours				
Avances et acomptes				
<b>Immobilisations financières</b>				
Participations par mise en équivalence				
Autres participations	325 634 693	569 815	325 064 878	234 789 156
Créances rattachées à des participations	6 818 650	1 202 600	5 616 050	5 978 883
Autres titres immobilisés				
Prêts				
Autres immobilisations financières	40 776		40 776	52 569
<b>ACTIF IMMOBILISÉ</b>	<b>333 350 750</b>	<b>2 170 434</b>	<b>331 180 316</b>	<b>241 305 530</b>
<b>Stocks et en cours</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 commandes				
<b>Créances</b>				
Créances clients et comptes rattachés	3 619 856		3 619 856	1 653 469
Autres créances	6 069 698	80 878	5 988 820	5 981 525
Capital souscrit et appelé, non versé				
<b>Divers</b>				
Valeurs mobilières de placement	1 520		1 520	1 520
Disponibilités	11 681		11 681	138
<b>Comptes de régularisation</b>				
Charges constatées d'avance	210 037		210 037	397 292
<b>ACTIF CIRCULANT</b>	<b>9 912 792</b>	<b>80 878</b>	<b>9 831 914</b>	<b>8 033 944</b>
Charges à répartir sur plusieurs exercices				
Primes de remboursement des obligations				
Écarts de conversion actif	166 871		166 871	39 182
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>343 430 414</b>	<b>2 251 313</b>	<b>341 179 101</b>	<b>249 378 655</b>

<b>BILAN PASSIF</b>	<b>31.12.98</b>	<b>31.12.97</b>
Capital social ou individuel dont versé 19 805 000	19 805 000	15 743 000
Primes d'émission, de fusion, d'apport	153 157 445	77 230 541
Ecarts de réévaluation dont écart d'équivalence		
Réserve légale	1 781 339	1 568 800
Réserves statutaires ou contractuelles	325 711	325 711
Réserves réglementées	27 642	27 642
Autres réserves		
Report à nouveau	11 093 609	7 062 684
RÉSULTAT DE L'EXERCICE (bénéfice ou perte)	12 676 105	4 250 780
Subventions d'investissement		
Provisions réglementées		
<b>CAPITAUX PROPRES</b>	<b>198 866 851</b>	<b>106 209 157</b>
Produits des émissions de titres participatifs		
Avances conditionnées		
<b>AUTRES FONDS PROPRES</b>		
Provisions pour risques	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	20 191 627
Autres emprunts obligataires		
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	90 743 167	101 067 930
Emprunts et dettes financières divers	22 237 950	11 606 546
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours		
<b>DETTES D'EXPLOITATION</b>		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	5 142 780	6 535 460
Dettes fiscales et sociales	3 049 213	2 513 760
<b>DETTES DIVERSES</b>		
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés		
Autres dettes	800 301	1 016 530
<b>COMPTES DE RÉGULARISATION</b>		
Produits constatés d'avance		
<b>DETTES</b>	<b>142 174 477</b>	<b>142 931 853</b>
Écart de conversion passif	77 774	177 645
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>341 179 101</b>	<b>249 378 655</b>

**COMPTE DE RÉSULTAT**

	France	Exportation	1998	1997
Ventes de marchandises				
Production vendue de biens				
Production vendue de services	3 498 902	53 892	3 552 794	2 987 435
<b>CHIFFRES D'AFFAIRES NETS</b>	<b>3 498 902</b>	<b>53 892</b>	<b>3 552 794</b>	<b>2 987 435</b>
Production stockée				
Production immobilisée				
Subventions d'exploitation				
Reprises sur amortissements et provisions, transfert de charges			9 635	10 476
Autres produits			6 788 821	6 864 754
<b>PRODUITS D'EXPLOITATION</b>			<b>10 351 249</b>	<b>9 862 665</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 premières et approvisionnements)				
Autres achats et charges externes			10 627 516	12 374 076
Impôts, taxes et versements assimilés			457 706	507 251
Salaires et traitements			4 165 970	3 396 481
Charges sociales			1 382 671	1 072 607
<b>DOTATIONS D'EXPLOITATION</b>				
Sur immobilisations : dotations aux amortissements			81 471	75 028
Sur immobilisations : dotations aux provisions				
Sur actif circulant : dotations aux provisions				
Pour risques et charges : dotations aux provisions				60 000
Autres charges			54 452	425 720
<b>CHARGES D'EXPLOITATION</b>			<b>16 769 784</b>	<b>17 911 164</b>
<b>RÉSULTAT D'EXPLOITATION</b>			<b>(6 418 535)</b>	<b>(8 048 499)</b>
<b>OPÉRATIONS EN COMMUN</b>				
Bénéfice attribué ou perte transférée				
Perte supportée ou bénéfice transféré				
<b>PRODUITS FINANCIERS</b>				
Produits financiers de participations			16 392 743	13 389 080
Produits des autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé				
Autres intérêts et produits assimilés			2 363 201	47 084
Reprises sur provisions et transferts de charges				
Différence positives de change			135 210	64 187
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement				
<b>PRODUITS FINANCIERS</b>			<b>18 891 154</b>	<b>13 500 351</b>
Dotations financières aux amortissements et provisions			182 794	1 588 631
Intérêts et charges assimilées			7 096 085	4 969 832
Différences négatives de change			126 311	30 168
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement				
<b>CHARGES FINANCIÈRES</b>			<b>7 405 190</b>	<b>6 588 630</b>
<b>RÉSULTAT FINANCIER</b>			<b>11 485 963</b>	<b>6 911 721</b>
<b>RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔTS</b>			<b>5 067 428</b>	<b>(1 136 778)</b>

**COMPTE DE RÉSULTAT (suite)**

	<b>1998</b>	<b>1997</b>
Produits exceptionnels sur opérations de gestion		
Produits exceptionnels sur opérations en capital	15 736 340	191 000
Reprises sur provisions et transferts de charges		3 192 345
<b>PRODUITS EXCEPTIONNELS</b>	<b>15 736 340</b>	<b>3 383 345</b>
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion	216	222 892
Charges exceptionnelles sur opérations en capital	15 723 289	3 043 110
Dotations exceptionnelles aux amortissements et provisions		
<b>CHARGES EXCEPTIONNELLES</b>	<b>15 723 505</b>	<b>3 266 002</b>
<b>RÉSULTAT EXCEPTIONNEL</b>	<b>12 835</b>	<b>117 343</b>
Participation des salariés aux résultats de l'entreprise		
Impôts sur les bénéfices	(7 595 842)	(5 270 215)
<b>TOTAL DES PRODUITS</b>	<b>44 978 743</b>	<b>26 746 361</b>
<b>TOTAL DES CHARGES</b>	<b>32 302 638</b>	<b>22 495 581</b>
<b>BÉNÉFICE OU PERTE</b>	<b>12 676 105</b>	<b>4 250 780</b>

## ANNEXE AUX COMPTES SOCIAUX

### RÈGLES ET MÉTHODES 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	10 ans
- logiciels informatiques	3 ans
- agencements et installations	10 ans
- matériel de bureau et informatique	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.

### CRÉANCES

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.

## IMMOBILISATIONS

	Début d'exercice	Réévaluation	Acquisition, apports
<b>FRAIS D'ÉTABLISSEMENT, DE RECHERCHE ET DE DÉVELOPPEMENT ET AUTRES POSTES D'IMMOBILISATIONS INCORPORELLES</b>	462 095		293 963
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	314 979		51 198
Emballages récupérables et divers			
Immobilisations corporelles en cours			
Avances et acomptes			
<b>IMMOBILISATIONS CORPORELLES</b>	339 375		51 198
Participations évaluées par mise en équivalence			
Autres participations et créances rattachées	242 357 660		139 814 371
Autres titres immobilisés			
Prêts et autres immobilisations financières	52 569		
<b>IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES</b>	242 410 229		139 814 371
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	243 211 699		140 159 532

Rubriques	Virement	Cession	Fin d'exercice	Valeur d'origine
<b>FRAIS D'ÉTABLISSEMENT, RECHERCHE, DÉVELOPPEMENT AUTRES POSTES D'IMMOBILISATIONS INCORPORELLES</b>		290 000	466 058	
Terrains				
Constructions sur sol propre				
Constructions sur sol d'autrui				
Constructions installations générales, agencements				
Installations techniques, matériel et outillage industriels				
Installations générales, agencements divers			24 396	
Matériel de transport				
Matériel de bureau, informatique, mobilier			366 177	
Emballages récupérables et divers				
Immobilisations corporelles en cours				
Avances et acomptes				
<b>IMMOBILISATIONS CORPORELLES</b>			390 573	
Participations évaluées par mise en équivalence				
Autres participations	49 718 688	332 453 343		
Autres titres immobilisés				
Prêts et autres immobilisations financières		11 793	40 776	
<b>IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES</b>	49 730 481	332 494 119		
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	50 020 481	333 350 750		

## AMORTISSEMENTS

	Début d'exercice	Dotations	Reprises	Fin d'exercice
<b>FRAIS D'ÉTABLISSEMENT, RECHERCHE, DÉVELOPPEMENT</b>				
<b>AUTRES POSTES D'IMMOBILISATIONS INCORPORELLES</b>	107 807	24 731		132 538
Terrains				
Constructions sur sol propre				
Constructions sur sol d'autrui				
Constructions installations générales, agencements				
Installations techniques, matériel et outillage				
Installations générales, agencements	8 820	2 440		11 260
Matériel de transport				
Matériel de bureau, informatique, mobilier	199 921	54 300		254 221
Emballages récupérables et divers				
<b>IMMOBILISATIONS CORPORELLES</b>	208 741	56 740		265 481
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	316 548	81 471		398 019

Rubriques	Linéaires	Dégressifs	Exceptionnels	Dotations dérogations	Reprises dérogations
<b>FRAIS D'ÉTABLISSEMENT, RECHERCHE, AUTRES</b>					
<b>IMMOBILISATIONS INCORPORELLES</b>	24 731				
Terrains					
Constructions sur sol propre					
Constructions sur sol d'autrui					
Constructions et installations					
Installations techniques, outillage					
Installations générales, agencements	2 440				
Matériel de transport					
Matériel de bureau et informatique	54 300				
Emballages récupérables					
<b>IMMOBILISATIONS CORPORELLES</b>	56 740				
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	81 471				
Charges réparties sur plusieurs exercices		Début d'exercice	Augmentations	Dotations	Fin d'exercice
Charges à répartir sur plusieurs exercices					
Primes de remboursement des obligations					

## PROVISIONS

	Début d'exercice	Dotations	Reprises	Fin d'exercice
Provisions gisements miniers, pétroliers				
Provisions pour investissement				
Provisions pour hausse des 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 RÉGLEMENTÉES</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 sociales, fiscales sur congés à payer				
Autres provisions pour risques et charges	60 000			60 000
<b>PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES</b>	60 000			60 000
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 immobilisations financières	1 019 806	182 794		1 202 600
Provisions sur stocks et en-cours				
Provisions sur comptes clients				
Autres provisions pour dépréciations	80 878			80 878
<b>PROVISIONS POUR DÉPRÉCIATION</b>	1 670 499	182 794		1 853 293
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	1 730 499	182 794		1 913 293
Dotations et reprises d'exploitation				
Dotations et reprises financières		182 794		
Dotations et reprises exceptionnelles				
Dépréciation des titres mis en équivalence à la clôture de l'exercice				

## CRÉANCES ET DETTES

État des créances	Montant brut	1 an au plus	Plus d'un an
Créances rattachées à des participations	6 818 650	6 818 650	
Prêts			
Autres immobilisations financières	40 776	40 776	
Clients douteux ou litigieux			
Autres créances clients	3 619 856	3 619 856	
Créance représentative de titres prêtés			
Personnel et comptes rattachés	52 245	52 245	
Sécurité Sociale et autres organismes sociaux			
État, autres collectivités : impôt sur les bénéfices	2 378 719	2 378 719	
État, autres collectivités : taxe sur la valeur ajoutée	654 504	654 504	
État, autres collectivités : autres impôts, taxes, versements assimilés			
État, autres collectivités : créances diverses			
Groupe et associés	2 435 797	2 435 797	
Débiteurs divers	548 433	548 433	
Charges constatées d'avance	210 037	210 037	
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>16 759 017</b>	<b>16 759 017</b>	
Montant des prêts accordés en cours d'exercice			
Montant des remboursements obtenus en cours d'exercice			
Prêts et avances consentis aux associés			

État des dettes	Montant brut	1 an au plus	Plus d'un an, - 5 ans	Plus de 5 ans
Emprunts obligataires convertibles	20 201 066	20 201 066		
Autres emprunts obligataires				
Emprunts et dettes à 2 ans maximum à l'origine	10 000 000		10 000 000	
Emprunts et dettes à plus de 2 ans à l'origine	80 743 167	20 622 931	60 120 236	
Emprunts et dettes financières divers	22 237 950	22 237 950		
Fournisseurs et comptes rattachés	5 142 780	5 142 780		
Personnel et comptes rattachés	1 816 343	1 816 343		
Sécurité Sociale et autres organismes sociaux	491 253	491 253		
État : impôt sur les bénéfices				
État : taxe sur la valeur ajoutée	554 143	554 143		
État : obligations cautionnées				
État : autres impôts, taxes et assimilés	187 475	187 475		
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés				
Groupe et associés	16 174	16 174		
Autres dettes	784 128	784 128		
Dettes représentatives de titres empruntés				
Produits constatés d'avance				
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>142 174 477</b>	<b>72 054 241</b>	<b>70 120 236</b>	
Emprunts souscrits en cours d'exercice	18 000 000			
Emprunts remboursés en cours d'exercice	28 399 635			
Emprunts, dettes contractés auprès d'associés				

## ÉLÉMENTS RELEVANT DE PLUSIEURS POSTES DE BILAN

Rubriques	Entreprises liées	Participations	Dettes, créances en effets comm.
<b>ACTIF IMMOBILISÉ</b>			
Participations	325 634 693		
Créances rattachées à des participations	6 818 650		
Autres immobilisations financières	40 776		
<b>ACTIF CIRCULANT</b>			
Créances clients et comptes rattachés	3 582 962		
Autres créances	2 507 700		
<b>DETTES</b>			
Emprunts et dettes financières divers	22 337 950		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	2 661 153		
Autres dettes	759 495		

## ÉCART DE CONVERSION SUR CRÉANCES ET DETTES EN MONNAIES ÉTRANGÈRES

Nature des écarts	Actif Perte latente	Écarts compensés par couverture de change	Provisions pour perte de change	Passif Gains latents
Immobilisations financières				77 774
Créances	164 078			
Dettes d'exploitation	2 794			
<b>TOTAL</b>	166 872			77 774

## DÉTAIL DES PRODUITS A RECEVOIR

Produits à recevoir	31/12/1998
<b>AUTRES CRÉANCES</b>	
Fournisseurs avoir non parvenus	180 900
Tickets restaurant fixes	840
<b>TOTAL</b>	181 740

## DÉTAIL DES CHARGES A PAYER

Charges à payer	31/12/1998
<b>EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES</b>	
Intérêts courus sur obligations convertibles	203 506
Intérêts courus sur emprunts	483 898
<b>DETTE FOURNISSEURS COMPTES RATTACHÉS</b>	
Fournisseurs factures non parvenues	944 482
<b>DETTE FISCALES ET SOCIALES</b>	
Provision pour congés payés	47 465
Provision charges sur congés payés	20 242
Provision primes à payer	1 247 600
Provision charges sur prime à payer	448 400
Provision prime de vacances	18 096
Provision charges sur prime de vacances	6 419
Provision taxe apprentissage	15 668
Provision formation professionnelle continue	11 964
Provision assurance responsabilité civile	488
Autres charges à payer	20 507
Provision autres taxes à payer	156 444
<b>TOTAL</b>	<b>3 625 180</b>

## DÉTAIL DES CHARGES ET PRODUITS CONSTATÉS D'AVANCE

	31/12/1998
<b>CHARGES CONSTATÉES D'AVANCE</b>	
Charges constatées d'avance	210 037
<b>TOTAL</b>	<b>210 037</b>

## COMPOSITION DU CAPITAL SOCIAL

Catégories de titres	Nombre de titres			Valeur nominale
	à la clôture de l'exercice	créés pendant l'exercice	remboursés pendant l'exercice	
Actions ordinaires	1 980 500	406 200		10

## EMPRUNTS OBLIGATAIRES

Emprunts obligataires convertibles	Capital	Intérêts courus non échus
Emprunt obligataire souscrit le 23 juillet 1992		
Montant restant dû au 31/12/98	19 997 560	
3 868 obligations convertibles de 5 170 francs de nominal		
Intérêt : TIOP à 3 mois 1,25 %		
Prime de remboursement : 10 %		
Durée : 7 ans		
Conversion : à partir du 24 juillet 1996 jusqu'au 24 juillet 1999		
Intérêt courus non échus		203 505
<b>TOTAL DES EMPRUNTS OBLIGATAIRES CONVERTIBLES</b>	<b>19 997 560</b>	<b>203 505</b>

## RÉSULTATS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

Date d'arrêté Durée de l'exercice (mois)	31/12/1998 12	31/12/1997 12	31/12/1996 12	31/12/1995 12	31/12/1994 12
<b>CAPITAL EN FIN D'EXERCICE</b>					
Capital social	19 805 000	15 743 000	15 688 000	14 882 500	14 584 500
Nombre d'actions					
- ordinaires	1 980 500	31 486	31 376	29 765	29 169
<b>OPÉRATIONS ET RÉSULTATS</b>					
Chiffre d'affaires hors taxes	3 552 794	2 987 435	4 354 023	14 152 624	8 728 239
Résultat avant impôt, participation, Dot. Amortissements et provisions	5 344 528	(2 488 121)	5 338 472	2 469 631	4 945 293
Impôts sur les bénéfices	(7 595 842)	(5 270 215)	(3 530 996)	(4 863 852)	(1 157 967)
Dot. Amortissements et provisions	264 265)	(1 468 686)	213 047	499 252	(269 884)
Résultat net	12 676 105	4 250 780	8 656 421	6 834 231	6 373 144
Résultat distribué			4 204 384	3 988 510	2 012 661
<b>RÉSULTAT PAR ACTION</b>					
Résultat avant impôt, participation, avant dot. amortissements, provisions	7	88	283	246	209
Résultat après impôt, participation dot. amortissements et provisions	6	135	276	230	218
Dividende attribué			134	134	69
<b>PERSONNEL</b>					
Effectif moyen des salariés	3	3	3	9	11
Masse salariale	4 165 970	3 396 481	3 547 601	5 116 049	7 285 966
Sommes versées en avantages sociaux (sécurité sociale, œuvres sociales...)	1 382 671	1 072 607	1 374 539	2 329 234	3 246 982

## VENTILATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Rubriques	Chiffre d'affaires France	Chiffre d'affaires Export	Total 31/12/98	Total 31/12/97	% 98/97
Personnel facturé	509		509	438	16,21 %
Frais facturé	2 990	54	3 044	2 549	19,42 %
<b>TOTAL</b>	<b>3 499</b>	<b>54</b>	<b>3 553</b>	<b>2 987</b>	<b>18,95 %</b>

## CHARGES ET PRODUITS EXCEPTIONNELS

Nature des charges	Montant
Valeur comptable de titres cédés	15 723 289
<b>TOTAL</b>	<b>15 723 289</b>

Nature des produits	Montant
Cession de titres	15 736 340
<b>TOTAL</b>	<b>15 736 340</b>

## IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES ET INTÉGRATION FISCALE

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

Ipsos : société "tête de groupe fiscale",

Filiales intégrées : Ipsos Insight Marketing, Ipsos France, Ipsos Interviews, Ipsos Médias, Ipsos Opinion Infométrie, 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 Insight Marketing	2 519 886 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 Médias	1 312 806 francs
Impôt dû au titre d'Ipsos Opinion Infométrie	1 444 666 francs
Impôt dû au titre d'Ipsos Satisfaction de Clientèle	491 731 francs
Impôt dû au titre d'IMS	1 026 903 francs
Impôt dû au titre d'IMS Développement	550 853 francs
Impôt dû au titre de Sysprint	244 606 francs
Impôt dû au titre de Statiro	0 franc
Impôt dû au titre de GST	30 028 francs
Economie d'impôt Ipsos relative à son déficit fiscal	7 595 842 francs

## RÉPARTITION DE L'IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

Répartition	Résultat avant impôt	Impôt dû	Résultat net après impôt
Résultat courant	5 067 428	(7 595 842)	12 663 270
Résultat exceptionnel à court terme	12 835		12 835
<b>RÉSULTAT COMPTABLE</b>	<b>5 080 263</b>	<b>(7 595 842)</b>	<b>12 676 105</b>

## ENGAGEMENTS FINANCIERS

Engagements donnés	Montant
Engagement solidaire dans le passif du Gie Ipsos	45 119 856
Caution de Ipsos SA vers Ipsos-NFO UK (250 000 £)	2 324 600
Caution pour IMS	600 000
Caution au bénéfice d'un établissement de crédit (Cet établissement s'étant porté caution pour INTRES en garantie d'un prêt de 10 M BEF accordé par la Kreditbank)	1 626 080
Caution pour Ipsos-NFO France, au bénéfice d'un établissement de crédit qui a accordé un prêt de 5 MF à Ipsos-NFO France, ce prêt étant lui-même contre garanti par NFO auprès d'Ipsos à hauteur de 2,5 MF	2 500 000
Caution pour INTRES	372 759
Caution pour Binomio	1 355 200
Caution pour Ipsos France (locaux et ch. loc. Rue Groult) de 1999 à fin mars 2002	21 522 150
Paiement éventuel de la prime de rembt. sur l'emprunt obligataire (10 % du principal 19 997 560 F)	1 999 756
Caution pour Ipsos Interviews (locaux rue Caumartin) de janvier à fin septembre 1999	261 150
Caution pour Ipsos Régions	175 240
Caution d'Ipsos SA en garantie d'un prêt de 6,25 K\$ accordé à Ipsos ASI	35 138 125
Caution d'Ipsos SA en garantie d'un prêt de 6,25 K\$ accordé à Ipsos ASI	35 138 125
Engagement de rachat des 2/3 des titres restant d'Ipsos Latin America en 2002 sous certaines conditions et sur la base de 6 fois la moyenne des profits nets consolidés de 1999 à 2001 dans la limite d'une fois la moyenne du CA consolidé de ces 3 années	
<b>TOTAL</b>	<b>148 133 042</b>
<b>Engagements reçus</b>	<b>Montant</b>
Engagement de restitution de subvention accordée, selon clause de retour à meilleure fortune pour Ipsos Régions	990 000
<b>TOTAL</b>	<b>990 000</b>

## SITUATION FISCALE DIFFÉRÉE ET LATENTE

Rubriques	Montant
<b>IMPÔT DÛ SUR :</b>	
Écart de conversion actif	166 871
<b>TOTAL ACCROISSEMENTS</b>	<b>166 871</b>
<b>IMPÔT PAYÉ D'AVANCE SUR :</b>	
Charge non déductibles temporairement (à déduire l'année suivante)	
Organic	13 191
Écart de conversion passif	77 774
<b>TOTAL ALLÈGEMENTS</b>	<b>90 965</b>
<b>SITUATION FISCALE DIFFÉRÉE NETTE</b>	<b>75 907</b>

IMPÔT DÙ SUR :  
CRÉDIT A IMPUTER SUR :

**SITUATION FISCALE LATENTE NETTE**

**EFFECTIF MOYEN**

Effectifs	Personnel salarié	Personnel à disposition de l'entreprise
Cadres	3	
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	

**RÉMUNÉRATION DES DIRIGEANTS**

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

## LISTE DES FILIALES ET PARTICIPATIONS

Dénomination Siège social	Capital Capitaux propres	Quote-part Dividendes	Val. brutes titres Val. nettes titres	Prêts, avances Cautions	Chiffre d'affaires Résultat
<b>FILIALES (plus de 50 %)</b>					
Ipsos France	35 848 000	100,00 %	42 513 389		75 526 000
Paris 15 <sup>ème</sup> - Siret : 392 901 856	24 054 000	6 999 780	42 513 389	21 522 150	11 698 000
Explorer	11 858 000	100,00 %	43 659 160		109 359 517
Come en Italie	5 818 656	612 000	43 659 160		892 616
Szonda	205 360	50,10 %	744 664		18 547 011
Budapest en Hongrie	5 581 685	852 081	744 664		1 503 081
ECO	1 182 720	100,00 %	21 555 900		55 183 468
Madrid en Espagne	6 683 748	906 522	21 555 900		1 228 688
GFM Getas	2 367 825	85,00 %	37 291 331		168 152 479
Hambourg en Allemagne	15 226 524	1 004 940	37 291 331		1 536 068
RSL	3 719 360	90,00 %	37 816 692		247 662 884
Harrow au Royaume-Uni	12 534 243	4 212 450	37 816 692		6 759 937
Price Search	1 162 300	100,00 %	23 443 445		0
Harrow au Royaume-Uni	0	100,00 %	23 443 445		0
Intres	813 040	82,00 %	1 264 284	1 833 333	11 149 218
Bruxelles en Belgique	- 1 076 140		1 264 284		676 937
Ipsos Opinion Infométrie	1 050 000	10,00 %	227 778		57 901 000
Paris 15 <sup>ème</sup> - Siret : 317 839 959	1 998 000	142 800	227 778		1 892 000
Ipsos Santé	1 000	100,00 %	990	81 868	
Paris 15 <sup>ème</sup> - Siret : 333 925 824	- 83 868				
Stat Ipsos	250 000	50,80 %	127 000		
Paris 15 <sup>ème</sup> - Siret : 401 595 939	- 130 000		127 000		2 000
Portipsos	163 595	100,00 %	749 313	1 650 668	5 388 819
Lisbonne au Portugal	- 1 968 440		180 488		- 649 767
Ipsos USA, Inc.	5 622	100,00 %	5 206	3 267 163	983 868
Chicago aux USA	- 871 426		5 206		- 286 727
Ipsos Latin America BV	125 018	33,33 %	26 081 508	67 460	0
Amsterdam aux Pays-Bas	78 740 264	612 380	26 081 508		1 741 317
Ipsos America, Inc.	84 331 500	100,00 %	90 154 000		
Stamford aux USA	258 617		90 154 000		258 617
<b>AUTRES TITRES</b>					
Gie Ipsos					662 565
Paris 15 <sup>ème</sup>				45 119 856	

### 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 1998 soit :

Lire : 0,003388 FRF/Livre : 9,2984 FRF/Deutsche mark : 3,35386 FRF/Peseta : 0,039424/Franc Belge : 0,162608 FRF/Florin : 2,97661 FRF/Escudo : 0,032719 FRF/Dollar US : 5,6221 FRF/Forint : 0,02567 FRF.

## IDENTITÉ DE LA SOCIÉTÉ MÈRE CONSOLIDANT LES COMPTES DE LA SOCIÉTÉ

Dénomination sociale - siège social	Forme	Montant capital	% détenu
LT Participations 99/101 rue de l'Abbé Groult) Paris 15 <sup>ème</sup>	Société Anonyme	688 160	53,11 %

## 5.4 RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES - EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 1998

Mesdames, Messieurs ,

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

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

Nous vous informons qu'il ne nous a été donné avis d'aucune convention au cours de l'exercice et visée à l'article 101 de la loi du 24 juillet 1966.

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.

### 1. Avec la Société Ipsos NFO France

#### *Nature et objet*

Votre Société a conclu le 19 décembre 1996 un accord de licence avec la Société Ipsos NFO France, concernant l'utilisation des droits de propriété intellectuelle détenus par votre Société et qui sont nécessaires à l'exploitation de l'Access Panel par la Société Ipsos NFO France.

#### *Modalités*

Aucune redevance n'est perçue par votre Société au titre de ce contrat de licence.

### 2. Avec la Société INT-RES

#### *Nature et objet*

Dans le cadre d'un assainissement de la situation financière de la Société INT-RES, votre Société a consenti un prêt sans intérêt à sa filiale belge qui a notamment pour objet de permettre à la Société 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 la Société Volvo au mois de mai 1996.

#### *Modalités*

Montant du prêt : 1 833 333 francs.

Durée : 3 ans, prorogable et remboursable à l'issue de la première période de trois ans si la Société INT-RES a à cette date 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 la société INT-RES se verrait consentir un prêt par un établissement financier, votre Société ne sera remboursée qu'une fois que ledit établissement financier aura lui-même été remboursé par la Société INT-RES de son prêt aux principal, intérêts, commissions, frais et accessoires.

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.

Fait à Paris, le 10 mai 1999

COGERPO - FLIPO  
Francis Pons

Les Commissaires aux Comptes

JPA  
Danielle Bardreau  
Gilbert-Jacques Potdevin

ERNST & YOUNG Audit  
Gabriel Galet

# 6

## Renseignements concernant l'administration, la direction et le contrôle de la Société

### 6.1 MEMBRES ET FONCTIONS DES ORGANES DE DIRECTION

#### LE CONSEIL D'ADMINISTRATION :

Président :	Didier Truchot
Autres administrateurs :	Jean-Marc Lech Carlos Harding Christian Lamolinerie LT Participations S.A., représentée par Pascal Cromback Elizabeth Mitchell Luigi Ferrari Emmanuel Cueff Gilles Pagniez Patrick Sayer Amstar, représentée par Walter Butler Kurun, représentée par Patricia Barbizet

### 6.2 RÉMUNÉRATION DES ORGANES DE DIRECTION

Aucun jeton de présence n'est alloué aux membres du Conseil d'Administration.

En 1998, le Comité Exécutif (7 membres), a reçu une rémunération globale de 10,4 MF. (La composition du Comité Exécutif est indiquée au paragraphe 4.7.1 "Management").



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