



## COMMUNIQUE DE PRESSE

Information sous embargo : Mercredi 6 Octobre 1999, 17 heures

Après l'introduction d'Ipsos sur le Nouveau Marché de la Bourse de Paris le 1<sup>er</sup> juillet dernier, les deux co-présidents du Groupe, Didier Truchot et Jean-Marc Lech, présentent les résultats d'activité de leur Groupe au premier semestre 1999.

L'activité de ce premier semestre s'est traduite par des résultats consolidés en nette progression et une série d'initiatives dans les secteurs stratégiques du copy-testing et d'internet.

### DES RESULTATS CONSOLIDES EN NETTE PROGRESSION

(En M. d'Euros)	Premier semestre			Rappel
	Juin 1999	Juin 1998	Evol	Année 1998
Chiffre d'affaires	98,9	88,7	+11,6%	199,3
Résultat d'exploitation	5,0	3,8	+31%	11,1
Résultat net total (avant écarts d'acquisition)	2,6	1,5	+72%	4,9
Résultat net global, Part du groupe	0,6	-0,4	ns	1,0

Le chiffre d'affaires consolidé du premier semestre 1999, en hausse de 11,6 % par rapport au premier semestre 1998, s'établit à 98,9 millions d'euros (648,8 millions de francs). A périmètre et taux de change constants, le chiffre d'affaires consolidé progresse de 10,3 % par rapport au premier semestre 1998. Cette évolution favorable est le reflet d'une croissance organique forte, en particulier en France, aux Etats-Unis et en Amérique Latine.

Le résultat d'exploitation et le résultat net total (avant amortissement des écarts d'acquisition et des fonds de commerce et leur incidence fiscale) enregistrent des croissances respectives de 31 % et de 72 %, conformes aux prévisions. Le résultat net global Part du groupe s'élève à 0,6 millions d'euros (4,1 millions de francs) contre une perte de -0,4 millions d'euros (-2,4 millions de francs) pour les six premiers mois de l'an dernier.

### UNE STRUCTURE FINANCIERE RENFORCEE GRACE A UNE INTRODUCTION EN BOURSE REUSSIE

L'introduction d'Ipsos sur le Nouveau Marché de la Bourse de Paris le 1<sup>er</sup> juillet s'est faite dans d'excellentes conditions. Au total 2 539 533 titres Ipsos (sur les 5 234 680 titres composant le capital post-introduction) ont été mis sur le marché à un prix de 33,5 euros. L'opération a été souscrite 12,6 fois.

Les fonds propres (part du groupe) ont été augmentés au total de 28,9 millions d'euros (189 millions de francs) sur le semestre, grâce en particulier à l'augmentation de capital réalisée lors de l'introduction en bourse pour 24,8 millions d'euros (162,8 millions de francs). Au 30 juin 1999, le ratio d'endettement net du groupe était de 26% après prise en compte pro forma de l'introduction en bourse et de l'augmentation de capital concomitante, alors que ce ratio s'élevait à 89 % au 31 décembre 1998.

La structure financière renforcée permettra la poursuite du développement à l'international du groupe sur ses lignes de métier prioritaires (études publicitaires, marketing, médias, opinion et satisfaction de clientèle) et l'élargissement de la couverture géographique.

### **UNE ACTIVITE AU PREMIER SEMESTRE 1999 JALONNEE D'INITIATIVES DETERMINANTES**

Le groupe Ipsos a pris au cours du premier semestre 1999 plusieurs initiatives importantes, notamment dans le domaine des pré-tests publicitaires et des activités liées à internet.

- **Lancement de l'activité de la mesure des comportements sur internet**

Ipsos s'est alliée avec la société américaine MediaMetrix (leader mondial de cette spécialité) et la société allemande GfK pour créer une filiale commune, MMXI Europe, qui met en œuvre en Europe la méthodologie de MediaMetrix. Cette nouvelle société, détenue à 25,6 % par Ipsos, 54,5 % par MediaMetrix et 19,9 % par GfK, permet aux annonceurs de disposer de données homogènes relatives à l'ensemble des marchés européens, des Etats-Unis et du Japon ; les premiers résultats européens sur la mesure d'internet seront disponibles le 19 octobre 1999.

- **Lancement des pré-tests publicitaires Next\*TV**

Dans le métier des études publicitaires, Ipsos a lancé en mars 1999 une nouvelle génération de systèmes de mesure de l'efficacité publicitaire des campagnes télévision préalablement à leur lancement, appelée Next\*TV. Next\*TV peut être mis en œuvre de façon homogène, partout où le groupe est présent ou représenté.

- **Renforcement et élargissement de la couverture géographique**

En février 1999, Ipsos a fait l'acquisition de la société d'études australienne Marketing for Change, et a ouvert un bureau à Hong Kong. Ces deux implantations complètent la couverture internationale des produits Ipsos qui, comme Next\*TV, sont proposés aux grands annonceurs sur tous les grands marchés. Depuis Hong Kong, Ipsos conduit ses grandes enquêtes régionales d'audience (exemple : Asian Business Readership Survey).

Enfin, concomitamment à l'introduction en bourse, le groupe a racheté les intérêts minoritaires dans ses filiales latino-américaines et allemandes.

### **PERSPECTIVES**

Traditionnellement, l'activité des études est caractérisée par une forte saisonnalité et des retombées plus importantes en fin d'année. Les résultats de l'année ne peuvent donc être extrapolés à partir l'activité du premier semestre. Au cours du deuxième semestre, Ipsos prévoit de maintenir un rythme rapide de développement dans ses métiers actuels qui devrait se traduire par la progression de son chiffre d'affaires comme de son résultat.

- **Evolution du partenariat dans l'access panel**

Ipsos a racheté en juin 1999 les parts de NFO Worldwide dans les quatre filiales communes en Allemagne, France, Grande-Bretagne et Italie et s'apprête à annoncer de nouveaux accords de partenariat.

- **L'élargissement prévisible du périmètre de consolidation** sur le deuxième semestre concerne la mise en équivalence du pôle Moyen Orient, ainsi que de la société MMXI Europe.

Paris, le 6 Octobre 1999

Contacts : M. Christian Lamolinerie (tel +33 1 53 68 28 18, e.mail christian.lamolinerie@ipsos.com)  
Mme. Laurence Stoclet (tel +33 1 53 68 19 45, e.mail laurence.stoclet@ipsos.com)