



Communiqué de Presse

29 mars 2000

Sous embargo jusqu'à 17 heures

Activité 1999 : la plus forte croissance de la profession Résultat net part du Groupe + 244 % à 3,6 millions d'euros

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe Ipsos pour l'année 1999 s'établit à **230,7 millions d'euros (1.513,6 millions de Francs)**, soit une progression de 15,8%. La croissance à taux de change et à périmètre constants s'est élevée à 12,7%. Cette croissance est supérieure à celle de l'ensemble du marché des études (estimation pour 1999 +10%).

Millions d'euros	1998	1999	Evo. 99/98
Chiffre d'affaires	199	231	+16%
Résultat d'exploitation	11	14,5	+31%
Résultat financier	-2,0	-1,8	-11%
Résultat net total des sociétés intégrées*	4,9	8,0	+64%
Sociétés mises en équivalence	-	-0,7	-
Amortissement des écarts d'acquisition et fonds de commerce	-3,2	-3,7	-
Intérêts minoritaires	-1,1	-0,6	-
Résultat net, part du groupe	1,0	3,6	+244%

**avant amortissement des écarts d'acquisition et fonds de commerce, et de leur incidence fiscale*

Forte progression du résultat d'exploitation.

Le résultat d'exploitation a progressé plus rapidement que le chiffre d'affaires, conformément aux prévisions. Le résultat d'exploitation s'établit à 14,5 millions d'euros (95,2 millions de francs) en hausse de 31%, induisant une amélioration de 0,7 point de la marge opérationnelle qui s'élève à 6,3%.

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

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

L'année 1999 a été marquée par plusieurs initiatives majeures

- 1^{er} juillet, introduction au Nouveau Marché de la Bourse de Paris dans d'excellentes conditions ; à cette occasion, un tiers des salariés sont devenus actionnaires de la société
- Association avec Media Metrix pour la réalisation de mesure d'audience et des comportements sur Internet et création de MMXI Europe
- Lancement mondial d'une nouvelle génération de systèmes de mesure d'efficacité publicitaire des campagnes de télévision préalablement à leur lancement (Next*TV)
- Acquisition de la société australienne Marketing for Change et ouverture d'un bureau à Hong Kong
- Signature d'un protocole d'accord visant l'acquisition de BIMSA la principale société d'études mexicaine (qui sera intégrée en 2000)
- Rachat des intérêts minoritaires dans les filiales latino-américaines et allemandes
- Rachat des parts de NFO Worldwide dans les quatre filiales communes en Allemagne, France, Italie et UK dans l'activité access panels.

Depuis début 2000, Ipsos poursuit sa politique de développement ...

- Acquisition de Médiangles, société française spécialisée dans les études sur Internet
- Association avec Media Metrix pour la mesure d'audience d'Internet en Amérique Latine
- Accord avec Market Facts, société spécialisée dans les études sur panels aux Etats-Unis, qui prend 35% du capital d'Ipsos Access Panels
- Acquisition d'Angus Reid, N°1 des études au Canada.

... et revoit à la hausse ses objectifs pour 2001, soit un chiffre d'affaires supérieur à 450 millions d'euros et une marge opérationnelle supérieure aux prévisions publiées lors de l'introduction en bourse.

Les comptes 1999 sont disponibles sur le site www.ipsos.com

- 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 sur la base de son analyse de l'état actuel de l'environnement économique et financier, social et 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.