



Communiqué de Presse

Troisième trimestre 2016 Confirmations positives

Pour le seul troisième trimestre :
Chiffre d'affaires : 431,7 millions d'euros (+ 0,9 %)
Croissance organique : + 3,2 %

Paris, 26 octobre 2016 – Au troisième trimestre 2016, le chiffre d'affaires d'Ipsos s'établit à 431,7 millions d'euros, en progression de 0,9 % par comparaison à la même période de l'année précédente.

Les effets de change qui étaient positifs en 2015 sont aujourd'hui négatifs. Ils pèsent pour 2,4 % sur le seul troisième trimestre. Ils sont heureusement compensés par une croissance organique de 3,2 % qui se situe à un niveau satisfaisant, entre la performance du premier trimestre (+ 3,7 %) et celle du deuxième trimestre (+ 3,0 %).

De janvier à septembre 2016, le revenu d'Ipsos est de 1 265,3 millions d'euros. Il est en légère progression de 0,3 % d'une année à l'autre. Là encore, les effets de change freinent la progression, en euros, du revenu. Ils sont négatifs à hauteur de 3,8 %, alors que les effets de périmètre sont eux positifs pour 0,8 %. C'est donc le retour à la croissance organique qui permet à Ipsos d'afficher un chiffre d'affaires croissant. Sur neuf mois, à taux de change et périmètre constants, Ipsos progresse de 3,3 %. Cette performance est la meilleure enregistrée par Ipsos depuis 2011.

Elle s'explique par un retour à une croissance plus équilibrée qu'en 2015, en tous cas, entre les marchés développés (+ 2,9 %) et les marchés émergents (+ 4,1 %) et aussi par l'essor des Nouveaux Services déployés par Ipsos depuis le lancement du programme New Way en 2014. La croissance du chiffre d'affaires des Nouveaux Services se poursuit à un rythme toujours élevé : + 24 % sur neuf mois à l'image de l'évolution mesurée sur le seul premier semestre. Elle représente les trois quarts de la croissance totale d'Ipsos illustrant le rythme rapide de transformation du marché et la capacité de ces services à satisfaire les nouveaux besoins de nombreux clients.

Chiffre d'affaires consolidé <i>(en millions d'euros)</i>	2016	2015	2014	Croissance totale de la période 2016/2015
Premier trimestre	386,9	379,6	343,3	1,9 %
Deuxième trimestre	446,7	453,3	412,7	- 1,5 %
Troisième trimestre	431,7	428,0	412,8	0,9 %
Total du 1^{er} janvier au 30 septembre	1 265,3	1 260,9	1 168,8	0,3 %
Quatrième trimestre	-	524,4	500,7	-
Total exercice	-	1 785,3	1 669,5	-

Contribution au chiffre d'affaires par zone géographique

Par grande région, les tendances du début de l'année sont confirmées par le seul troisième trimestre. Sur une base comparable, toutes les régions sont en croissance. De juillet à septembre, l'écart entre la zone Europe / Moyen-Orient / Afrique (EMEA) qui est celle qui progresse le moins vite et la zone Asie-Pacifique (APAC), là où Ipsos enregistre ses meilleures performances s'est un peu réduit, tandis que la troisième région – les Amériques – conforte au pourcentage près sa croissance.

<i>En millions d'euros</i>	2016 (9 mois)	2015 (9 mois)	2014 (9 mois)	Évolution 2016/2015	Croissance organique (9 mois)
Europe, Moyen-Orient, Afrique	543,1	555,9	539,1	- 2,3 %	2,5 %
Amériques	501,6	492,7	438,3	1,8 %	3 %
Asie-Pacifique	220,6	212,3	191,3	3,9 %	6 %
Total du 1^{er} janvier au 30 septembre	1 265,3	1 260,9	1 168,7	0,3 %	3,3 %

Contribution au chiffre d'affaires par secteur d'activité

Par ligne de métier, la grande satisfaction d'Ipsos est, bien sûr, le retour à l'équilibre d'Ipsos Connect. Cette équipe gère depuis 2015 les études liées aux contenus publicitaires et celles liées aux médias digitaux et traditionnels. Son premier exercice – en 2015 – avait été délicat, avec une baisse du revenu supérieur à 5 %. Nous avons indiqué – et c'est en effet ce que nous constatons – que 2016 serait une année de stabilisation, avant que 2017 soit marqué par le retour à la croissance. Le respect de ce plan de marche valide la pertinence d'une stratégie alliant, dans des marchés très fragmentés, études des contenants et des contenus.

Les autres lignes de métier poursuivent leur développement même si, sur un seul trimestre, l'une ou l'autre peuvent enregistrer des performances supérieures – ou inférieures – à la tendance de plus long terme. Ipsos Marketing a connu un excellent trimestre. Ipsos Loyalty, la ligne de métier consacrée aux études de qualité des produits et des services et à la satisfaction des clients, a connu un moins bon trimestre. Ces deux « écarts » ne remettent pas en cause notre conviction que la performance de l'année sera satisfaisante pour l'une comme pour l'autre.

<i>En millions d'euros</i>	2016 (9 mois)	2015 (9 mois)	2014 (9 mois)	Évolution 2016/2015	Croissance organique (9 mois)
Études Médias et Expression des marques	277,2	289,9	294,1	- 4,4 %	0 %
Études Marketing	677,7	667,9	601,8	1,5 %	5 %
Études d'Opinion & Recherche sociale	127,8	128,6	114,1	- 0,6 %	4 %
Études pour la gestion de la Relation Client / Salarié	182,5	174,5	158,8	4,6 %	3 %
Total du 1^{er} janvier au 30 septembre	1 265,3	1 260,9	1 168,7	0,3 %	3,3 %



Communiqué de presse – suite – 26 octobre 2016

Autres éléments descriptifs des conditions d'exercice de l'activité au cours des neuf premiers mois

La profitabilité à l'issue des neuf premiers mois de 2016 est en ligne avec les objectifs annoncés pour l'ensemble de l'année, à savoir une stabilisation par rapport au niveau de marge opérationnelle de 2015, notamment en raison d'une croissance de la marge brute d'environ 60 points de base, compensée par l'investissement additionnel annoncé dans le programme New Way et des provisions pour bonus plus importantes.

Le ratio d'endettement au 30 septembre 2016, à 55,6 %, est en baisse par rapport à celui enregistré à la même date de l'an dernier (67,9 %), et ce malgré la hausse du dollar dans lequel environ 60 % de la dette est libellée. Cette baisse est notamment rendue possible grâce à une bonne génération d'excédents de trésorerie libre qui reste à un niveau semblable au niveau élevé atteint l'an dernier sur la même période.

Perspectives 2016

Peu d'événements majeurs auront marqué le milieu de 2016. Ce qui ne veut pas dire que rien ne se passe. Tout au contraire quelques signaux plutôt assourdissants montrent que l'émergence d'une société harmonieuse ou heureuse ou équilibrée, comme on voudra, n'est pas d'actualité.

Vulgarité, ressentiments, exclusions gagnent de nombreux pays et pas seulement en Occident. En même temps, les données macroéconomiques ne sont pas mauvaises, sans que l'on sache bien si l'on a échappé à la déflation grâce aux politiques ultra accommodantes des banques centrales ou si l'on va vers la constitution et, par la suite l'éclatement, de bulles importantes comme les valorisations enregistrées dans certaines classes d'actif le suggèrent.

Pour l'instant, en tout cas, malgré l'accentuation des concurrences et la persistance des menaces générées par l'environnement sociopolitique et les incertitudes financières, le marché des disciplines marketing croît de façon régulière. En son sein, l'industrie de la recherche retrouve des couleurs grâce à ses atouts. Ipsos et ses concurrents mettent en avant, à juste titre, la compétence de leurs équipes, la sophistication de leurs approches, la fiabilité et la pertinence de leurs mesures et de leurs « insights ». Celles et ceux qui ont en charge l'orientation des politiques publiques, l'élaboration et la mise en œuvre des politiques marketing, le choix et les conditions de lancement de la prochaine « grande idée », savent bien ce qu'ils doivent aux informations, aux idées, aux éléments de cadrage qui s'acquièrent en « consommant » les services des sociétés d'étude. Ipsos tient à redire sa confiance dans son industrie, dans sa capacité à se transformer, à se multiplier, à se diversifier aussi pour répondre à des besoins d'informations, de données et d'idées toujours plus pressants et quotidiens.

Nous voulons également redire qu'Ipsos assume, avec une grande confiance, les trois caractéristiques qui sont sa fierté et son avantage concurrentiel. Parmi tous ses concurrents, peu nombreux sont ceux qui peuvent prétendre être à la fois mondiaux (pas seulement par le nombre de marchés et de pays où ils opèrent mais aussi par le développement d'une culture et d'équipes pratiquant la diversité et le multiculturalisme), spécialisés (pas seulement sur une approche particulière mais sur un ensemble de protocoles qui, tous réunis, représentent une bonne partie de ce qui est nécessaire pour nourrir les systèmes d'informations dont un décideur doit disposer) et aussi indépendants (pas seulement dans les mots mais surtout dans le maintien de structures capitalistiques qui assurent aux professionnels qui ont choisi de travailler pour Ipsos leur mot à dire dans les choix qui expliquent le présent et dessinent l'avenir de l'entreprise).

L'indépendance d'Ipsos est la garantie de sa neutralité, vertu cardinale, alors que, dans les incertitudes qui président à la gestion des marchés digitalisés, trop d'acteurs sont en situation d'être simultanément les mesureurs et les mesurés.



Communiqué de presse – suite – 26 octobre 2016

Dans l'hypothèse où l'environnement actuel persisterait, Ipsos fort de ses gains de marché, de sa situation concurrentielle et de l'essor des Nouveaux Services, devrait au dernier trimestre 2016, connaître une croissance voisine de celle qui a été enregistrée depuis le début de l'exercice et préparer ainsi dans de bonnes conditions, le démarrage de l'exercice 2017. Par ailleurs, en conformité avec ce qui a été anticipé et indiqué, le taux de marge opérationnel en 2016 sera équivalent à celui de 2015.

Publication des résultats annuels 2016 : 22 février 2017.

GAME CHANGERS

« Game Changers » est la signature publicitaire d'Ipsos.

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux à propos des individus, des marchés, des marques et de la société. Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation.

Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques.

Nous leur délivrons sécurité, rapidité, simplicité et substance.

Nous sommes des Game Changers.

Ipsos est coté sur l'Eurolist de NYSE-Euronext.

La société qui fait partie du SBF 120 et de l'indice Mid-60 est également éligible au SRD.

Code ISIN FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com