



Résultats semestriels 2017

Un semestre sans relief apparent

27 JUILLET 2017

© 2017 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

GAME CHANGERS



Agenda

1

MARKET RESEARCH SERVICES : CROISSANCE ET TRANSFORMATION

2

RÉSULTATS SEMESTRIELS 2017

3

PERSPECTIVES : DU « NEW WAY » AU « TOTAL UNDERSTANDING »

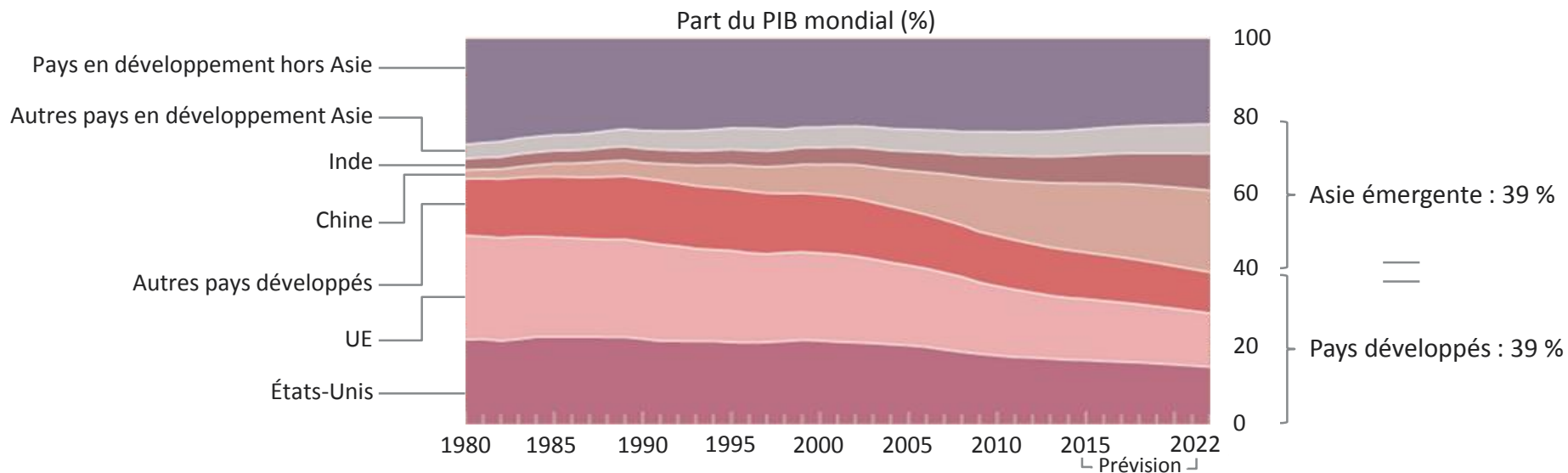


MARKET RESEARCH SERVICES : CROISSANCE ET TRANSFORMATION

LES GRANDES TENDANCES

Globalisation

- Rééquilibrage des différentes zones géographiques



Sources : « Seven charts that show how the developed world is losing its edge », Martin Wolf, Financial Times, 19 juillet 2017 – FMI, à parité de pouvoir d'achat

LES GRANDES TENDANCES

Socialisation

- Les comportements des consommateurs, des clients et des citoyens changent car ils sont plus informés, plus sceptiques, plus partageurs...
- Dans le monde, toutes les minutes :



216 302 photos sont partagées sur Facebook Messenger



400 heures de nouvelles vidéos sont partagées sur Youtube



2 430 555 publications sont likées sur Instagram



6 944 444 vidéos sont regardées sur Snapchat



3 567 850 SMS sont envoyés aux États-Unis



833 333 nouveaux fichiers sont téléchargés sur Dropbox

LES GRANDES TENDANCES

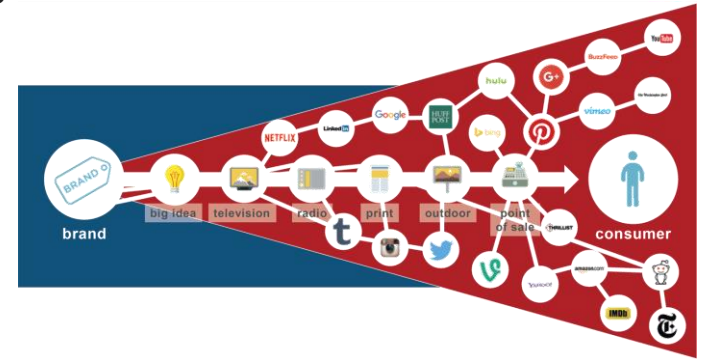
Fragmentation

- Le consommateur fait face à une multitude de choix, ce qui réduit la part de marché des grandes marques au profit de nouveaux acteurs
- Fragmentation des médias

Exemple : Parts d'audience TF1 : de 32,3 % (2005) à 21,4 % (2015) ¹

- Fragmentation des technologies

Exemple : Nombre d'applications smartphones de 500 en 2008 à 2 million en 2016 ²



Un marché en croissance

- Un marché de USD 68 milliards
 - Cœur de marché USD 44,3 milliards
 - Marché élargi USD 23,7 milliards
- Sa croissance est de l'ordre de 3 %
- Elle est le reflet de l'importance grandissante de la donnée et de son utilisation dans les processus de prise de décision des clients

Source : rapport ESOMAR 2016, chiffres 2015

Définition ESOMAR du marché élargi : online analytics, management consultancies, IT & Telecom research, Marketing reports & research, social media communities, Web traffic measurement, Sample and panel providers, Survey software, Web & social media research

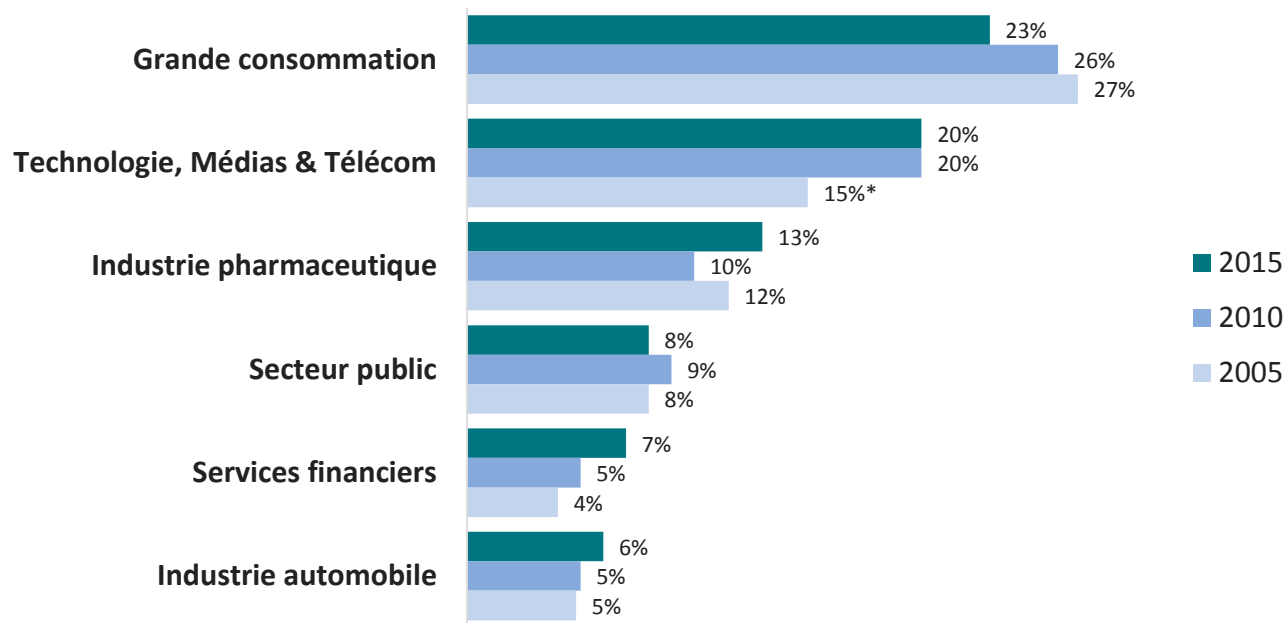
Marqué par des évolutions profondes

- Fragmentation des offres et concurrence accrue
- Multiplication des sources
- Technologie
- Adoption des sciences comportementales

MARKET RESEARCH SERVICES : CROISSANCE ET TRANSFORMATION

Rééquilibrage des secteurs

Contribution des secteurs 2005-2015



Sources : rapports ESOMAR 2005, 2011 et 2016 – * Chiffres 2005 non comparables pour ce secteur

Un marché à moitié consolidé

Top 10	2005	2010	2015
1	Nielsen	Nielsen	Nielsen
2	TNS	Kantar	Kantar
3	IMS Health	GfK	Ipsos
4	GfK	Ipsos	IMS Health**
5	Kantar	Synovate	GfK
6	Ipsos	IMS Health**	IRI
7	IRI	SymphonyIRI	Dunnhumby
8	Synovate	Westat	Westat
9	Westat	Intage	Intage
10	Arbitron	Arbitron	comScore
Chiffre d'affaires (milliards USD)	14,6	18,5	21,8
Poids (cœur de marché)	N/A*	N/A*	49 %
Poids (marché élargi)	N/A*	N/A*	32 %

Sources : rapports ESOMAR 2005, 2010 et 2016

* La définition du marché ayant changé au fil des années, les chiffres 2005 et 2010 ne sont pas comparables

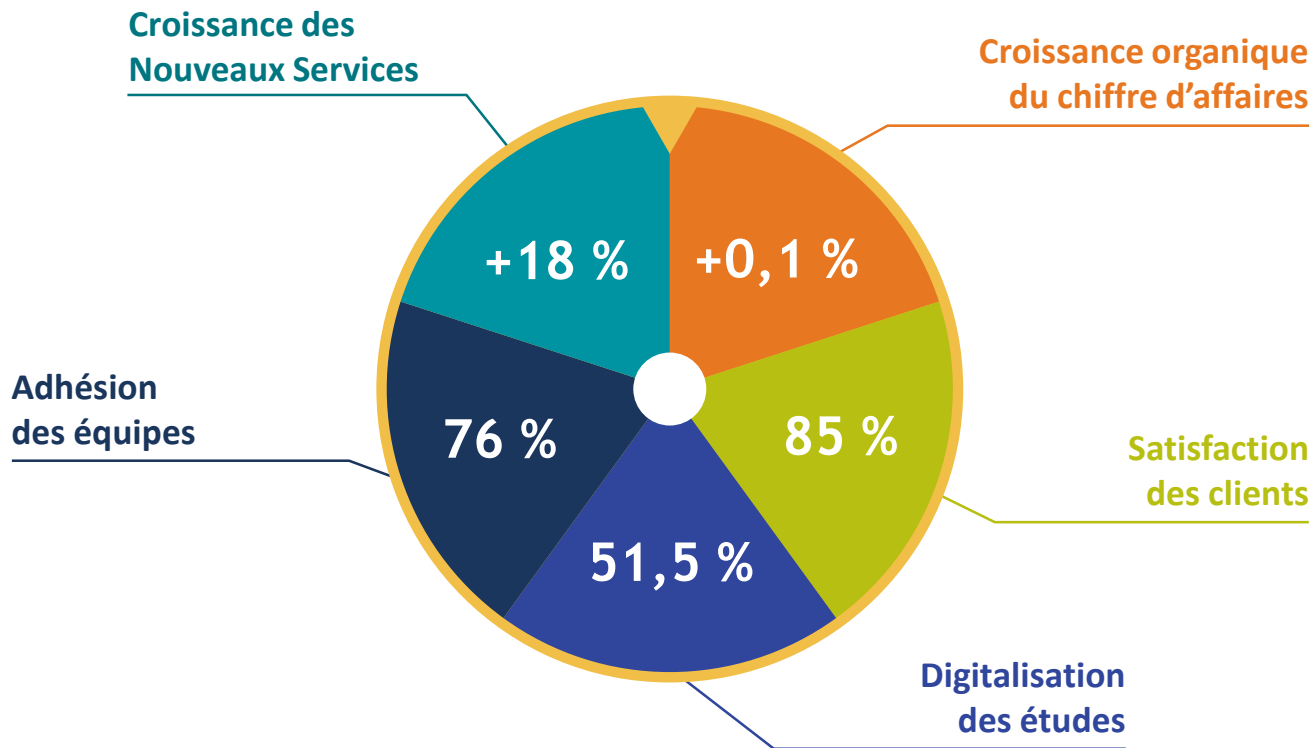
** Données retraitées incluant seulement l'activité Information Services



RÉSULTATS SEMESTRIELS 2017

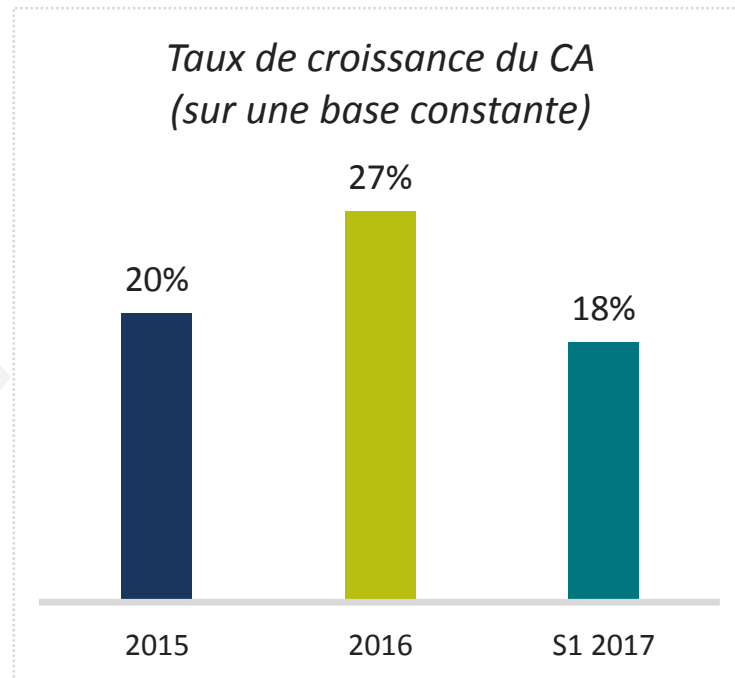
RÉSULTATS SEMESTRIELS 2017

Performance

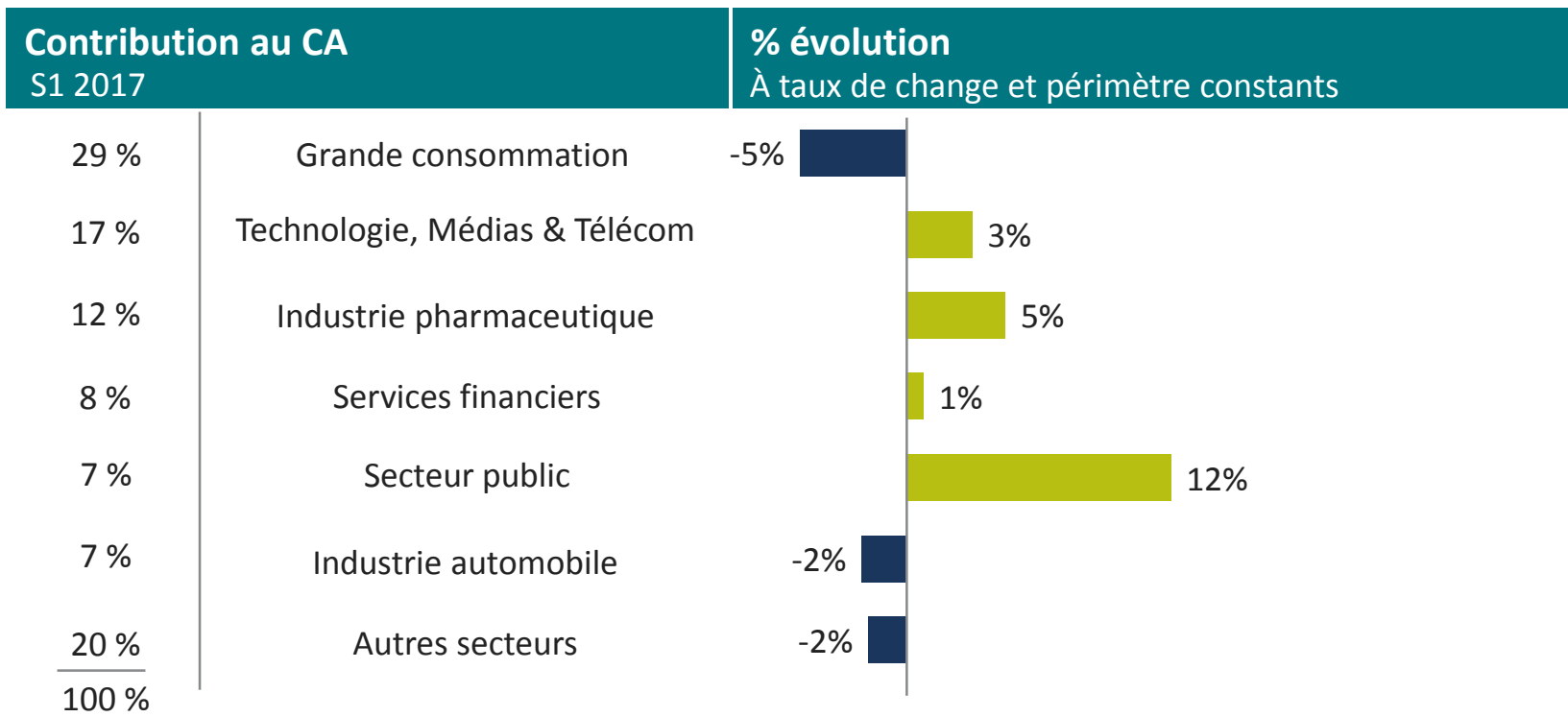


« New Way » : croissance des Nouveaux Services






4 catégories de Nouveaux Services	2016	S1 2017
Part du chiffre d'affaires:	11 %	12,3 %
Mesurer autrement	3,4 %	3,5 %
Avoir les données en temps réel	3,7 %	4,3 %
Analyser des données à forte volumétrie	2,6 %	2,7 %
Proposer des services autour de l'assistance aux clients	1,4 %	1,8 %



Nouvel équilibre entre les secteurs

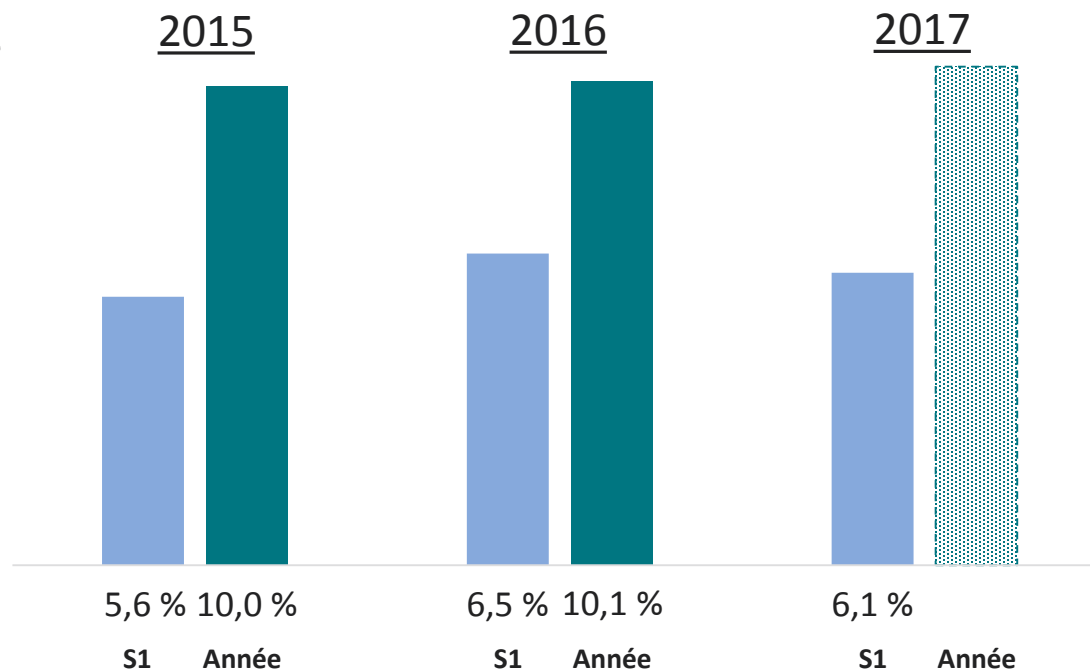


Chiffres clés du semestre

 CHIFFRE D'AFFAIRES	833,8 M€
 CROISSANCE ORGANIQUE	+ 0,1 %
 MARGE OPÉRATIONNELLE	6,1 %
 RÉSULTAT NET AJUSTÉ, PART DU GROUPE	36,0 M€
 INVESTISSEMENTS SUPPLÉMENTAIRES DU NEW WAY	2,3 M€

Saisonnalité des résultats

Marge
opérationnelle



RÉSULTATS SEMESTRIELS 2017

Compte de résultat

<i>En millions d'euros</i>	S1 2017	S1 2016	Variation S1 2017 / S1 2016	Rappel 31 décembre 2016
Chiffre d'affaires	833,8	833,6	0,0 %	1 782,7
Marge brute	544,2	545,0	-0,1 %	1 160,4
Marge brute / CA	65,3 %	65,4 %	-	65,1 %
Marge opérationnelle	50,7	53,8	-5,7 %	180,1
Marge opérationnelle / CA	6,1 %	6,5 %	-	10,1 %
Autres produits et charges non courants / récurrents	(7,9)	8,7	-	0,1
Charges de financement	(9,7)	(10,2)	-5,2 %	(20,8)
Impôts	(7,9)	(12,4)	-36,3 %	(44,3)
Résultat net, part du Groupe	21,6	35,2	-38,7 %	106,9
Résultat net ajusté*, part du Groupe	36,0	33,0	9,0 %	121,7

* Le résultat net ajusté est calculé avant les éléments non monétaires liés à l'IFRS 2 (rémunération en actions), avant l'amortissement des incorporels liés aux acquisitions (relations clients), avant les impôts différés passifs relatifs aux goodwill dont l'amortissement est déductible dans certains pays et avant l'impact net d'impôts des autres produits et charges non courants.

Répartition du chiffre d'affaires par région

	CA S1 2017 (en millions d'euros)	Contribution	Croissance totale S1 2017 / S1 2016	Croissance organique
EMEA	360,4	43 %	0,1 %	3 %
Amériques	318,5	38 %	- 3,6 %	- 5 %
Asie-Pacifique	154,9	19 %	8,2 %	6 %
Chiffre d'affaires semestriel*	833,8	100 %	0,0 %	0,1 %

*Dont :

	Contribution	Croissance organique
Pays développés	68 %	-1 %
Pays émergents	32 %	3 %

Répartition du chiffre d'affaires par spécialisation

	CA S1 2017 (en millions d'euros)	Contribution	Croissance totale S1 2017 / S1 2016	Croissance organique
Études Médias et Expression des marques	177,7	21 %	- 2,8 %	- 3 %
Études Marketing	444,0	53 %	- 0,9 %	- 0,5 %
Études d'Opinion & Recherche sociale	92,5	11 %	7,8 %	9 %
Études pour la Gestion de la Relation client / salarié	119,7	14 %	2,1 %	1 %
Chiffre d'affaires semestriel	833,8	100 %	0,0 %	0,1 %

RÉSULTATS SEMESTRIELS 2017

Tableau des flux de trésorerie

En millions d'euros

	S1 2017	S1 2016	Rappel 31 décembre 2016
Capacité d'Autofinancement	56,6	62,4	202,8
Variation du BFR	+ 7,4	+ 26,2	+ 22,8
Charges d'impôts et d'intérêts	(34,4)	(25,5)	(58,4)
Immobilisations corporelles et incorporelles	(7,7)	(7,6)	(18,6)
Acquisitions	(5,4)	(9,9)	(35,6)
Rachat d'actions	3,8	(6,2)	(85,3)*
Variation nette des dettes	(57,5)	(61,9)	(1,2)
Dividendes	0	(0,5)	(36,8)
Trésorerie à la clôture	123,1	126,7	164,9

* Les rachats effectués ont été affectés à la couverture de la dilution liée aux plans d'association au capital des salariés et managers en dehors de 900 000 titres qui ont été annulés en novembre 2016

RÉSULTATS SEMESTRIELS 2017

Un bilan solide

En millions d'euros

	30 juin 2017	30 juin 2016	Rappel 31 décembre 2016
Capitaux propres	892	932	939
Endettement net	494	503	544
Ratio d'endettement	55,4 %	53,9 %	58,0 %
Endettement net / EBE pro forma 12 mois	x 2,3	x 2,2	x 2,5

- Endettement net en baisse par rapport au 30 juin 2016 malgré un investissement dans le programme de rachat d'actions, notamment d'un bloc de 65M€ racheté à LT Participations en novembre 2016, opération préalable à la fusion entre Ipsos et sa holding de contrôle intervenue le 29 décembre 2016
- Au 30 juin 2017, Ipsos détient 1 580 596 actions propres (3,6% du capital) pour couvrir les effets dilutifs de ces plans d'attribution d'actions gratuites et d'options
- Ipsos dispose de plus de 300 millions d'euros de lignes de crédit non utilisées au 30 juin 2017



PERSPECTIVES : DU « NEW WAY » AU « TOTAL UNDERSTANDING »

Le plan « Total Understanding »

- **Contexte :**

Succès du « New Way » et des Nouveaux Services qui répondent aux 4S : « Security », « Simplicity », « Speed » et « Substance »

- **Ambition :**

Placer les nouveaux besoins des clients au cœur d'Ipsos en déployant tous les services dont ils ont besoin pour :

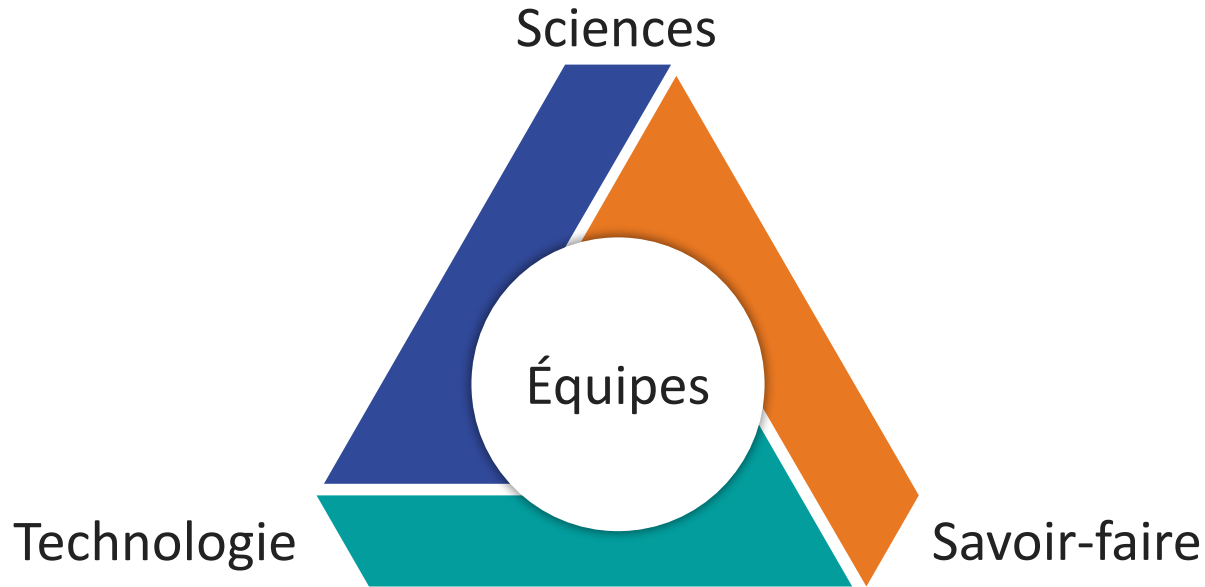
- mieux connaître et comprendre la Société, les marchés, les marques, et les gens avec l'information la plus exacte et complète pour agir
- mieux contrôler leurs dépenses marketing

- **Horizon :**

Un plan de 3 ans : 2018 - 2020

PERSPECTIVES : DU « NEW WAY » AU « TOTAL UNDERSTANDING »

S'appuyant sur les atouts d'Ipsos



Équipes

- Valoriser et diffuser le « knowledge » au sein de l'organisation avec la création de « Ipsos Knowledge Centre » :
 - « Ipsos Update »
 - « Ipsos Encyclopedia », riche de 1 000 termes
- Former les équipes avec « Ipsos Training Centre », une offre d'e-learning de 400 cours et les « Schools »
- Recruter et former les jeunes talents de demain avec le Programme Génération Ipsos
- Unifier la gestion des ressources humaines avec le projet SafaHRi



PERSPECTIVES : DU « NEW WAY » AU « TOTAL UNDERSTANDING »

Sciences

- Les sciences aident à mieux comprendre les individus, qu'ils soient consommateurs, clients, citoyens ou salariés
- Ipsos investit dans :
 - les sciences comportementales
 - les neurosciences
 - les statistiques et la modélisation
 - le marketing
 - les sciences sociales...



PERSPECTIVES : DU « NEW WAY » AU « TOTAL UNDERSTANDING »

Technologie

- Exploiter les technologies pour :
 - être plus rapide
 - être plus sûr
 - être plus simple
 - mieux cibler les échantillons
 - perfectionner le niveau d'exactitude de l'information

Exemples : text analytics, EFM, programmatic sampling, machine learning...

- Ipsos investit dans les technologies principalement au travers de partenariats



PERSPECTIVES : DU « NEW WAY » AU « TOTAL UNDERSTANDING »

Savoir-faire

- 42 ans d'expérience
- 120 pays – 200 villes
- 70 000 projets
- 5 000 clients - des nouveaux clients comme Uber
- 47 millions d'interviews
- Maîtrise des différentes techniques :

Enquêtes

JOES

**Réseaux
sociaux**

Pernod Ricard

**Mesure
passive**

BBC



PERSPECTIVES : DU « NEW WAY » AU « TOTAL UNDERSTANDING »

Ipsos en 2017

2017

Dernière année du programme « New Way »

- Croissance organique du chiffre d'affaires entre 1 % et 3 % en fonction des clients internationaux du secteur de la grande consommation
- Une légère amélioration de la marge opérationnelle