



Résultats semestriels 2018

Le jour d'avant

26 JUILLET 2018

© 2018 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



Le 1^{er} juillet 2018, Ipsos a mis en place une nouvelle organisation, le « Total Understanding ».

Agenda

1

« TOTAL UNDERSTANDING »

2

RÉSULTATS SEMESTRIELS 2018

3

PERSPECTIVES

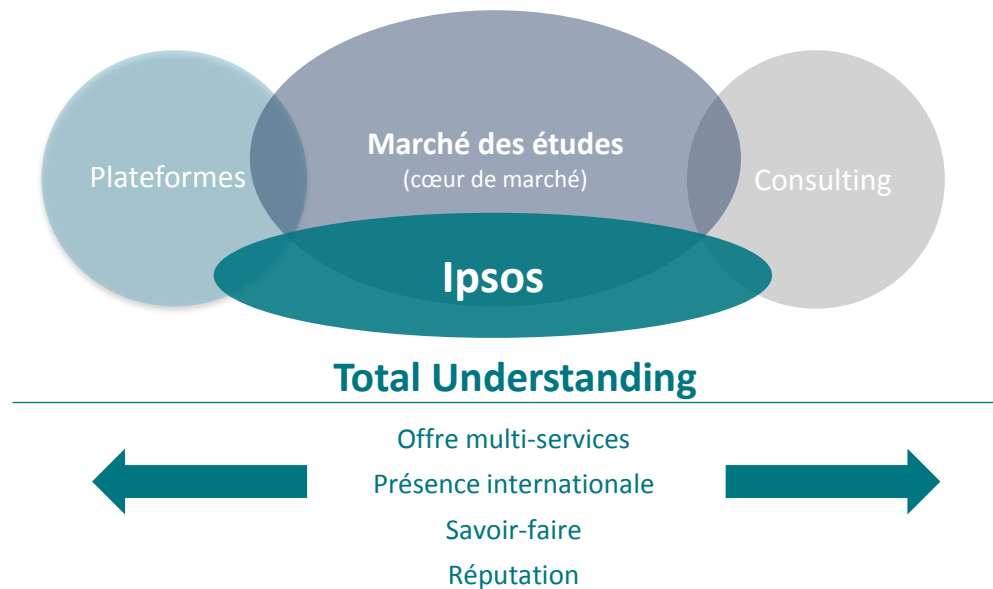


« TOTAL UNDERSTANDING »

« TOTAL UNDERSTANDING »

La dynamique du marché d'Ipsos

1. Digitalisation et multiplication des sources de données
2. Nouvelles technologies
3. Hyperspécialisation
4. Intégration
5. Besoin d'accompagnement



« TOTAL UNDERSTANDING »

La réponse d'Ipsos : le « Total Understanding »

Son ambition :

- Être le partenaire des clients pour comprendre la Société, les Marchés et les Individus
- Déployer tous les services nécessaires

Ses bases :

- Mettre en place une nouvelle organisation pour mieux travailler avec les clients
- S'appuyer sur la promesse opérationnelle des 4S : « Security », « Simplicity », « Speed », « Substance »
- Capitaliser sur les atouts d'Ipsos : couverture géographique, neutralité, indépendance, savoir-faire et ressources
- S'assurer que pour chacun des Services vendus par Ipsos :
 - L'offre est compétitive
 - Les sciences, le savoir-faire et les solutions technologiques sont déployés par les équipes

« TOTAL UNDERSTANDING »

L'organisation d'Ipsos

Avant le « Total Understanding »

Les spécialisations sont globales, les pays mettent en œuvre les plans d'action globaux

Mais

- Tous les marchés ne se ressemblent pas et tous les clients ne sont pas identiques
- Les lignes de métier déployées sur une thématique spécifique ont brouillé la perception de l'étendue de l'offre d'Ipsos
- En dehors des Nouveaux Services, le rythme d'innovation et de transformation est insuffisant

Ce qui change avec le « Total Understanding »

- Rééquilibrage entre les expertises et les marchés : plus de responsabilité aux pays
- Nouvelle organisation client : pour éviter les silos et améliorer la qualité des prestations
- Passage des lignes de métier – multiservices – aux Lignes de Service

« TOTAL UNDERSTANDING »

L'offre est mieux identifiée et renforcée

AUDIENCE MEASUREMENT

HEALTHCARE

MYSTERY SHOPPING

BRAND HEALTH TRACKING

IPSOS UU¹

OBSERVER

CLINICS AND MOBILITY LABS

IPSOS MMA²

PUBLIC AFFAIRS

CREATIVE EXCELLENCE

INNOVATION

QUALITY MEASUREMENT

CORPORATE REPUTATION

MARKET MEASUREMENT

SOCIAL INTELLIGENCE ANALYTICS

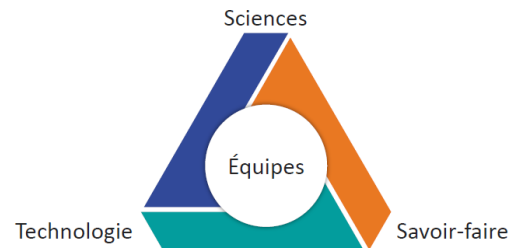
CUSTOMER EXPERIENCE

MARKET STRATEGY AND UNDERSTANDING

OTHER SPECIALIST SERVICES

Mission de chaque Ligne de Service :

- Développer l'offre
- Vendre
- Exécuter les contrats / efficacité opérationnelle et contenus



« TOTAL UNDERSTANDING »

Ensemble, 4 Lignes de Service illustrent l'ambition d'Ipsos

- Potentiel de croissance fort
- Position concurrentielle favorable
- Déploiement mondial

La Société	Le Marché	Les Individus
1. Public Affairs	2. Market Strategy and Understanding	3. Ipsos UU 4. Social Intelligence Analytics



Ces 4 Lignes de Service représentent environ **1/4 du chiffre d'affaires du Groupe**

Un exemple, la Ligne de Service Public Affairs



Taille de marché
€3-4bn, en croissance¹



Répartition du marché
États-Unis + Royaume-Uni : 62 % du marché total¹



Avantages compétitifs

- **Expertise forte** : tendances sociales, opinion publique, sondages politiques, conception & évaluation de politiques publiques
- **Leader du segment** dans les marchés les plus importants
- **Solides capacités** : collecte de données, gestion de projet, infrastructure IT
- **Capacité à combiner d'autres thématiques** et relier les analyses sur la Société avec les analyses sur les Marchés
- **Global Advisor**, baromètre mensuel mondial dans 28 pays

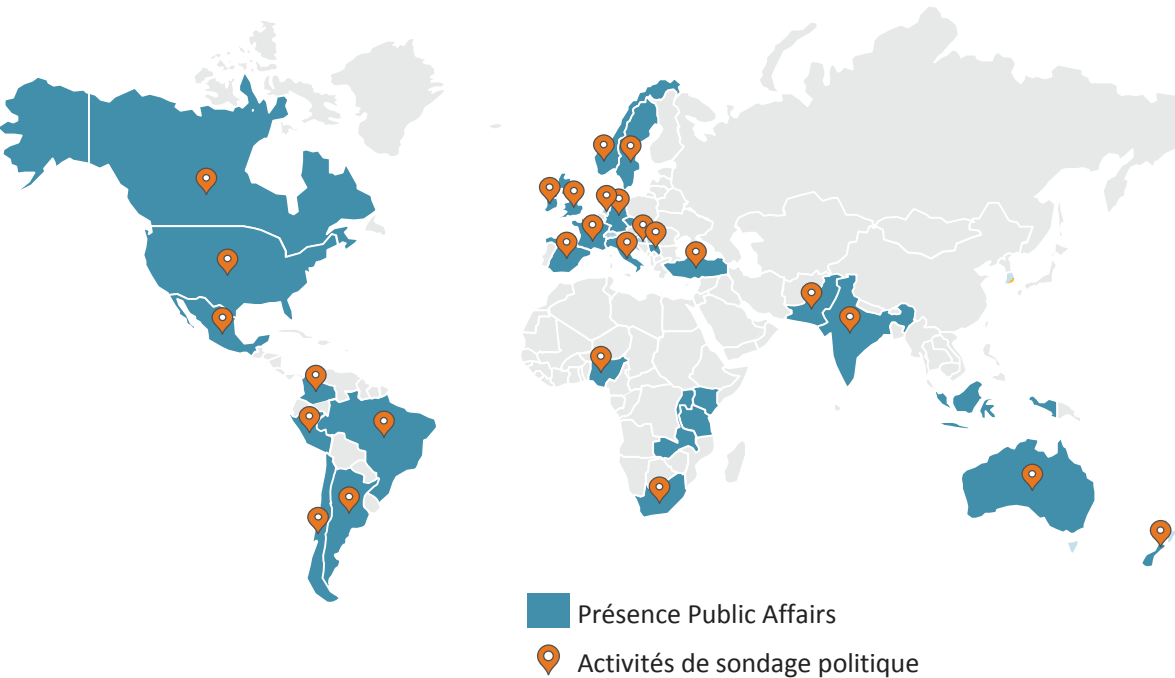


Opportunités de croissance

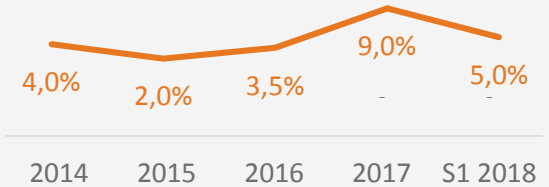
- **Affirmer le leadership mondial** en sondage politique et d'opinion
- **Poursuite de la croissance** notamment dans les principaux marchés
- **Renforcement de l'offre / équipes** dans les marchés à fort potentiel
- **Opportunités d'acquisition**

« TOTAL UNDERSTANDING » - PUBLIC AFFAIRS

Une Ligne de Service présente dans 36 pays



CA 2017 : 189 M€
Croissance organique Public Affairs



Ipsos Global Institute for Understanding Societies

Objectif

Développer les activités d'Ipsos auprès des institutions et organisations internationales, publiques et privées

Opportunités

- Faire d'Ipsos un partenaire de référence
- Mieux valoriser les études globales et les solutions innovantes
- Amplifier la visibilité d'Ipsos sur les grandes tendances et défis mondiaux (Prises de parole / Points de vue)

Clients

Institutions internationales (World Bank, ONU, Croix Rouge...), Organisations Non Gouvernementales, Fondations (Bill & Melinda Gates), organisations culturelles et sportives internationales (FIFA), instituts de recherche et Universités (Munk School...)

La structure



- 1 patron, NVB
- 10 experts, s'appuyant sur les équipes pays
- Correspondants locaux
- Partenariats académiques, liens avec la recherche externe



- Recherche sociale
- Communication et marque
- Management de crise
- Audience, cibles
- Études qualitatives et ethnographiques



Lancement 1^{er} septembre 2018

« TOTAL UNDERSTANDING »

Améliorer le volume d'activité et la qualité

Une organisation totalement différente pour vendre davantage, mieux réaliser et développer des activités d'accompagnement

AU 30 JUIN 2018

PROGRAMME CLIENT GLOBAL

Ipsos Global PartneRing
Programme

20 clients globaux
Laboratoires pharmaceutiques

AU 1ER JUILLET 2018

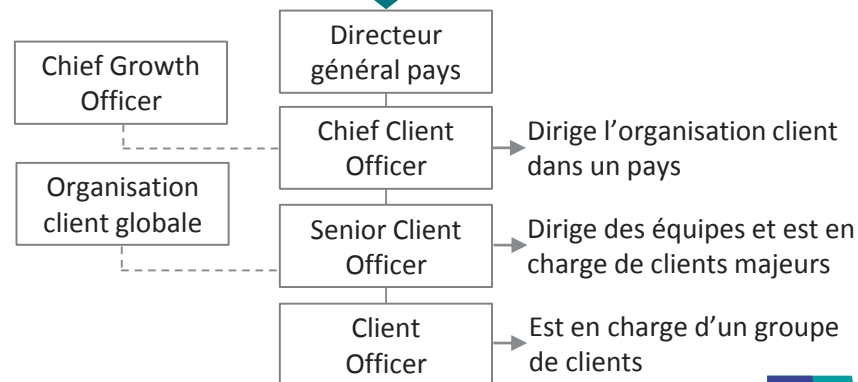
ORGANISATION CLIENT GLOBALE

- Ipsos Global PartneRing Programme - 18 clients mondiaux
- Growth Group - 8 clients à fort potentiel de croissance
- Laboratoires pharmaceutiques
- Constructeurs automobiles
- Plateformes

ORGANISATION CLIENT LOCALE

Par pays

Plusieurs centaines de professionnels de haut niveau sont redéployés dans ces nouvelles organisations client



« TOTAL UNDERSTANDING »

Un exemple, l'organisation en France

AU 30 JUIN 2018

Direction Générale Ipsos en France

Fonctions support

Ipsos Connect

Ipsos Marketing

Ipsos Loyalty

Ipsos Public Affairs

Opérations

Principe de co-reporting

AU 1ER JUILLET 2018

Direction Générale Ipsos en France

Organisation client

Fonctions support

Opérations

Équipe senior dédiée à 50 clients couvrant environ 50 % du chiffre d'affaires

Lignes de Service

1. Audience Measurement
2. Brand Health Tracking
3. Creative Excellence
4. Corporate Reputation
5. Customer Experience
6. Healthcare
7. Ipsos UU
8. Innovation
9. Market Strategy and Understanding
10. Mystery Shopping
11. Observer
12. Public Affairs
13. Social Intelligence Analytics
14. Others (Trends, ERM)

Lauréat des Grands Prix de la Mixité 2018



- Créés par l'Institut du Capitalisme Responsable et Ethics & Board
- Récompense les meilleures pratiques des entreprises du SBF 120 en matière de représentation équilibrée des femmes et des hommes au sein des instances dirigeantes et d'égalité professionnelle
- Ipsos a été récompensé dans la catégorie « Industrie et Services BtoB »

Indicateur	Résultat d'Ipsos	Moyenne sectorielle
Mixité du Conseil	60%	42%
Mixité du Comité de Nomination	66,7%	42,3%
Mixité du Comex / Codir	28,6%	13,5%
Mixité du "Top 100"	25%	15,9%
Note globale	59,1	36,2

« TOTAL UNDERSTANDING »

Plan de croissance externe

Opportunité

Renforcement de la position concurrentielle d'Ipsos

Technologie

Text analytics
Social Media Measurement
Data visualisation
Intelligence artificielle
Plateformes







Savoir-faire

Segment de marché spécifique
Secteur spécifique
Géographie spécifique



RÉSULTATS SEMESTRIELS 2018

Chiffres clés du semestre

 CHIFFRE D'AFFAIRES	786,0 M€
 CROISSANCE ORGANIQUE	+ 1,5 %
 IMPACT DES TAUX DE CHANGE	- 7,3 %
 MARGE OPÉRATIONNELLE	5,8 % (6,16 % au taux de change du S1 2017)
 TRÉSORERIE LIBRE GÉNÉRÉE	24,0 M€
 RÉSULTAT NET AJUSTÉ, PART DU GROUPE	24,7 M€

RÉSULTATS SEMESTRIELS 2018

Compte de résultat résumé

<i>En millions d'euros</i>	S1 2018	S1 2017	Variation S1 2018 / S1 2017	Rappel 31 décembre 2017
Chiffre d'affaires	786,0	833,8	- 5,7 %	1 780,5
Marge brute	512,7	544,2	- 5,8 %	1 156,7
Marge brute / CA	65,2 %	65,3 %	-	65,0 %
Marge opérationnelle	45,6	50,7	- 10 %	182,3
Marge opérationnelle / CA	5,8 %*	6,1 %	-	10,2 %
Autres produits et charges non courants / récurrents	(1,4)**	(7,9)	-	(14,3)
Charges de financement	(9,4)	(9,7)	- 2,6 %	(20,4)
Impôts	(8,6)	(7,9)	8,6 %	(14,6)
Résultat net, part du Groupe	24,7	21,6	+ 14,4 %	128,5
Résultat net ajusté***, part du Groupe	34,1	36,0	- 5,4 %	127,4

*À taux de change constants: 6,16 %

**Poste impacté à hauteur de + 7,6 M€ par la décision d'activer depuis le premier janvier 2018, les coûts internes de développement

***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 2018 (en millions d'euros)	Contribution	Croissance totale S1 2018 / S1 2017	Croissance organique
EMEA	352,5	45 %	- 2,2 %	1,5 %
Amériques	280,5	36 %	- 11,9 %	0 %
Asie-Pacifique	153,0	19 %	- 1,2 %	5 %
Chiffre d'affaires semestriel*	786,0	100 %	- 5,7 %	1,5 %

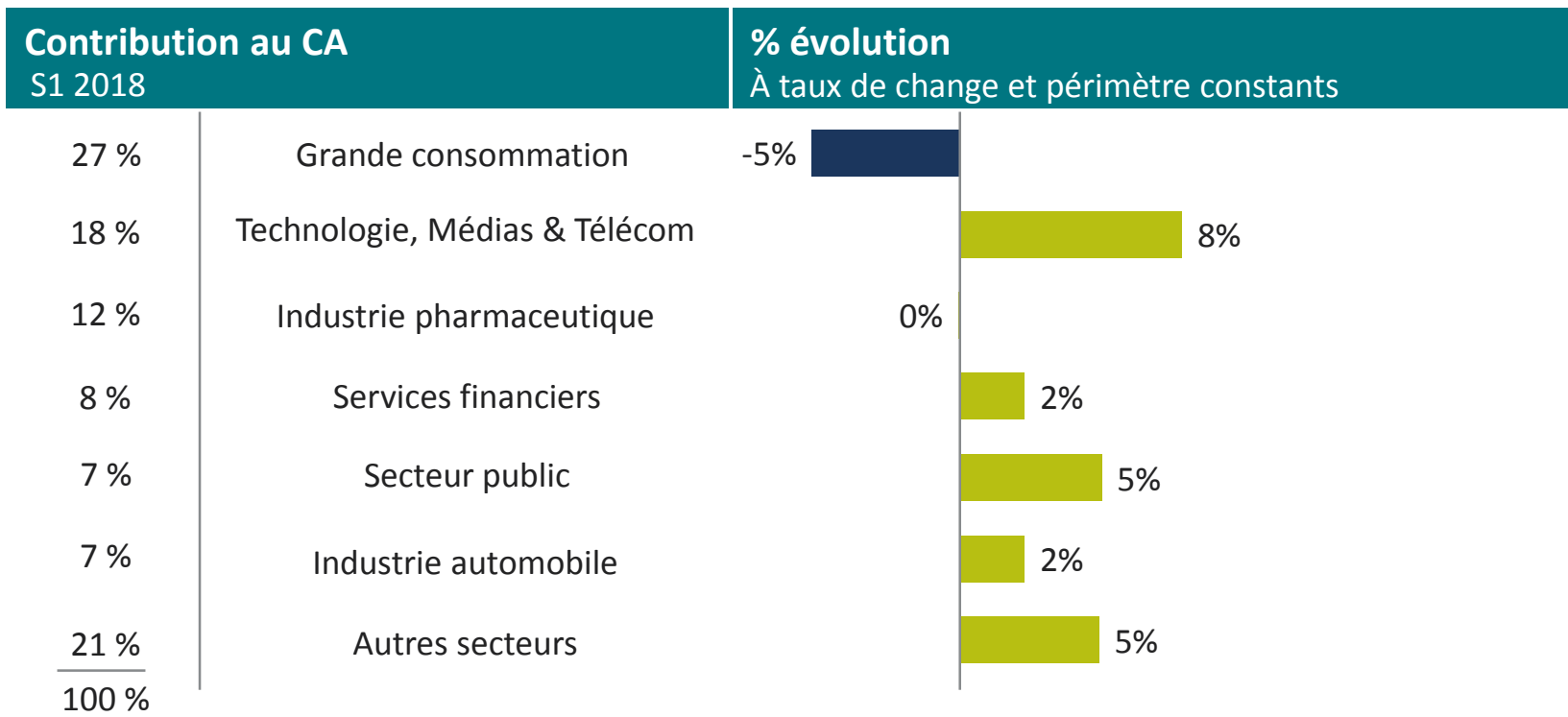
*Dont :

	Contribution	Croissance organique
Pays développés	67 %	0 %
Pays émergents	33 %	5 %

Répartition du chiffre d'affaires par spécialisation

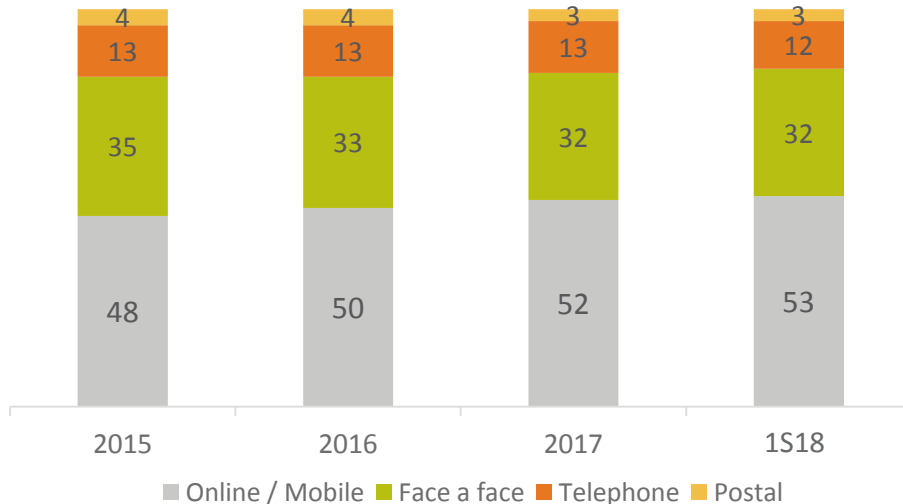
	CA S1 2018 (en millions d'euros)	Contribution	Croissance totale S1 2018 / S1 2017	Croissance organique
Études Médias et Expression des marques	166,4	21 %	- 6,3 %	1 %
Études Marketing	416,7	53 %	- 6,1 %	1,5 %
Études d'Opinion & Recherche sociale	89,9	11 %	- 2,8 %	5 %
Études pour la Gestion de la Relation client / salarié	112,9	14 %	- 5,6 %	0,5 %
Chiffre d'affaires semestriel	786,0	100 %	- 5,7 %	1,5 %

Des secteurs clients de plus en plus diversifiés



La digitalisation de la collecte de données, une tendance de fond

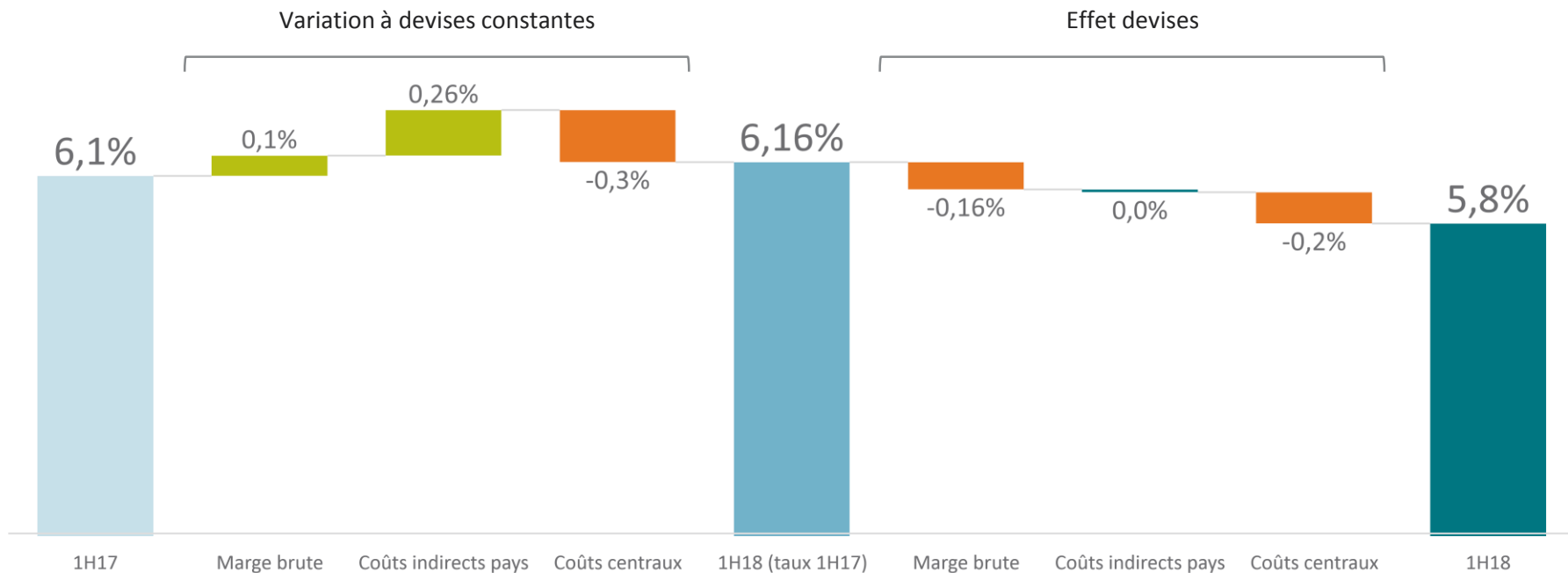
Mode de collecte des études par enquête (%)
recueil de données - Ipsos 2015-S1 2018 :



Évolutions au sein des modes de collecte :

- **Face-à-Face** : iField
- **Online / Mobile**
- **Application des principes des sciences comportementales**

Évolution du taux de marge opérationnelle



RÉSULTATS SEMESTRIELS 2018

Tableau des flux de trésorerie

<i>En millions d'euros</i>	S1 2018	S1 2017	Rappel 31 décembre 2017
Capacité d'Autofinancement	64,0*	56,6	194,8
Variation du BFR	+ 16,0	+ 7,4	(35,4)
Charges d'impôts et d'intérêts	(30,7)	(34,4)	(60,2)
Immobilisations corporelles et incorporelles	(20,3)*	(7,7)	(18,4)
Acquisitions	(12,8)	(5,4)	(15,0)
Rachat / Vente d'actions	1,2	3,8	6,4
Variation nette des dettes	(43,3)	(57,5)	(53,3)
Dividendes	0	0	(36,4)
Trésorerie à la clôture	103,5	123,1	137,3

* Postes impactés par la décision d'activer depuis le premier janvier 2018 les coûts internes de développement : Effets positifs sur capacité d'autofinancement + 8,6 M€ ; Charges de personnel sur développement capitalisées 9,1 M€

Une solide situation bilancielle

<i>En millions d'euros</i>	30 juin 2018	30 juin 2017	Rappel 31 décembre 2017
Capitaux propres	948	892	966
Endettement net	464	494	464
Ratio d'endettement	49 %	55 %	48 %
Endettement net / EBE pro forma 12 mois	x 2,1	x 2,3	x 2,1

Ipsos dispose de plus de 300 millions d'euros de lignes de crédit non utilisées.



PERSPECTIVES

PERSPECTIVES 2018

2018

- Croissance organique entre 2 et 3 %
- Pourcentage de marge en légère progression
- 7 novembre 2018, journée investisseurs : lancement externe du « Total Understanding »
- Fin 2018 : déploiement complet du « Total Understanding » dans les 89 pays où Ipsos est présent

Résultats semestriels 2018

Le jour d'avant

26 JUILLET 2018

© 2018 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.