



Communiqué de Presse

Ipsos en 2018

Transformation et mises en place

Chiffre d'affaires 2018 : 1 749,5 millions d'euros
Croissance organique : + 0,7 %
Croissance du chiffre d'affaires au quatrième trimestre

Paris, 27 février 2019

Pour l'ensemble de l'année 2018, le chiffre d'affaires d'Ipsos s'établit à 1 749,5 millions d'euros, en diminution de 1,7% à taux de change et périmètre courants par comparaison avec l'année précédente. A taux de change et périmètre constants, la croissance est de +0,7%. L'évolution des monnaies vis-à-vis de l'euro a réduit le chiffre d'affaires de 4,1% et les effets de périmètre ont été positifs de 1,8%.

Pour le seul quatrième trimestre, le chiffre d'affaires est de 535,6 millions d'euros, en progression de 4,5% par rapport au dernier trimestre de 2017. La performance positive d'octobre à décembre s'explique par l'intégration partielle des activités acquises par Ipsos au cours de ce trimestre (GFK Research et Synthesio), tandis que les effets de change, même s'ils sont restés négatifs à hauteur de 1,3%, ont beaucoup moins pesé qu'au cours des trimestres précédents.

A taux de change et périmètres périmètre constants, l'activité est restée stable, alors même que l'entreprise mettait en place les mesures décidées dans le cadre de son nouveau projet de croissance « Total Understanding » et procédait à l'intégration de GFK Research et de Synthesio.

ÉVOLUTION DE L'ACTIVITÉ PAR RÉGION

Contribution au Chiffre d'affaires consolidé par zone géographique <i>(en millions d'euros)</i>	2018	2017	Évolution 2018 / 2017	Croissance organique
Europe, Moyen-Orient et Afrique	761,5	767,6	-0,8%	0 %
Amériques	653,4	688,5	-5,1%	-0,9%
Asie-Pacifique	334,6	324,4	3,2%	6%
Chiffre d'affaires annuel	1 749,5	1 780,5	-1,7%	0,7%

Les évolutions de l'activité par région sont peu différentes de celles constatées tout au long de l'année 2018. La zone Europe Moyen-Orient Afrique pèse pour 44% dans Ipsos. Elle est en légère régression à périmètre et taux de change courants, en raison d'effets de change négatifs pour près de 3%, pas tout à fait équilibrés par des effets positifs de périmètre de 2%. Dans cette vaste et diverse région, les marchés de l'Europe de l'est et le Royaume-Uni maintiennent un bon dynamisme, tandis que ceux d'Europe continentale de l'ouest n'ont pas encore réussi à redresser la barre.

La zone Amérique représente 37% du total de l'activité. Elle est la seule entité géographique qui diminue de façon notable à -5,1%, toujours à taux de change et périmètre courants. L'affaiblissement des monnaies par rapport à l'euro, pèse en moyenne pour 5,7% sur l'ensemble de l'année. Cette évolution s'est ralentie au cours du dernier trimestre avec un impact de change réduit à 0,7%. L'activité d'Ipsos est stable aux Etats-Unis, alors qu'elle a baissé en Amérique Latine. Sur l'ensemble de la région, la décroissance organique est d'un peu moins de 1% en raison, entre autres, des nombreuses incertitudes politiques et sociales liées, elles-mêmes aux cycles électoraux au Brésil et au Mexique.

Enfin, la zone Asie Pacifique reste sur une dynamique positive, Ipsos y réalise 19% de son chiffre d'affaires. La croissance totale est de 3,2%. Elle s'élève à 6% à taux de change et périmètre constants. Elle est vive en Chine, malgré un marché automobile plus incertain qu'auparavant, et dans de nombreux autres marchés, notamment l'Inde, qui est destiné à devenir une priorité majeure pour Ipsos dans les prochaines années.

La situation dans les pays émergents mérite une mention particulière. En 2018, le revenu d'Ipsos y baisse de 3,3% malgré une croissance à taux de change et périmètre constants de près de 4%, en raison d'évolutions négatives de la valeur des monnaies par rapport à l'euro (en moyenne pour Ipsos, -7,3%) et d'effets de périmètre limités à +0,7%.

Par contraste, dans les pays développés, la baisse d'activité est moins forte à -1%, malgré une croissance organique moins bonne à -0,8% parce que les effets de change sont moins prononcés et ne réduisent le chiffre d'affaires que de 2,6% étant entendu qu'ils sont pratiquement compensés par l'inclusion d'activités achetées, contribuant au chiffre d'affaires pour +2,4%.

Au total, même si la part des activités dans les marchés émergents décroît légèrement de 33% en 2017 à 32% en 2018. Ipsos reste très impliqué dans ces marchés, notamment dans les plus importants d'entre eux (Chine, Inde...), là où entreprises globales et locales sont très souvent en compétition directe, là aussi d'où émergent de nombreuses nouvelles entreprises internationales.

EVOLUTION DE L'ACTIVITE PAR AUDIENCE

<i>En millions d'euros</i>	2018	Contribution	Croissance totale 2018 / 2017	Croissance organique
Consommateurs ¹	1 059,7	61%	-3,9%	-0,3%
Clients et salariés ²	287,6	16%	-1%	1,3%
Citoyens ³	205,9	12%	8,8%	7,5%
Médecins et patients ⁴	196,3	11%	-0,8%	-0,9%
Chiffre d'affaires annuel	1 749,5	100%	-1,7%	0,7%

Répartition des Lignes de Service par segment d'audience :

¹Audience Measurement, Brand Health, Clinics & Mobility Labs, Creative Excellence, Innovation, Ipsos UU (hors pharma), Ipsos MMA, Market Strategy & Understanding, Observer (hors secteur public), Media Development, Social Intelligence Analytics

²Customer Experience, Market Measurement, Mystery Shopping, Quality Measurement, Retail Performance, ERM

³Public Affairs, Corporate Reputation

⁴Healthcare (quantitative et qualitative)

Par audience, puisque c'est ainsi qu'Ipsos, désormais réorganisé depuis le 1^{er} juillet 2018, entend suivre son activité et son plan de développement, les performances ont peu évolué d'un trimestre à l'autre. Les services adressant les personnes en tant que consommateurs sont, sans nul doute, sous pression. Ils doivent accroître leur valeur d'usage, être à la fois plus lisibles et opérationnels, mais aussi aider les entreprises à naviguer au long cours dans des marchés très compétitifs et volatils.

Il devient aujourd'hui évident que réduire les bases de coûts ne doit pas être la seule finalité du jeu. Il faut aussi rester agiles, actifs, pertinents, audacieux, comme de nombreux acteurs l'ont compris. Il appartient aux équipes d'Ipsos de s'adapter, pour poursuivre de nombreuses opportunités d'accompagnement de leurs clients dans leur propre transformation.

L'évolution négative des activités liées aux secteurs pharmaceutiques dans les derniers mois de 2018 est purement conjoncturelle et devrait s'inverser en 2019.

Les services liés à la gestion de la relation client et ceux qui relèvent de la recherche sociale ont progressé tout au long de l'année. Ipsos, sur ces services, dispose d'équipes, de savoir-faire, d'infrastructures technologiques et opérationnelles, ainsi que de la volonté de s'installer comme un acteur majeur. Ce choix est aussi la conséquence de la nécessité, pour notre Compagnie, d'élargir et de diversifier sa base de clientèle, au-delà des entreprises des secteurs de la grande consommation.

PERFORMANCE FINANCIÈRE

Compte de résultat résumé

En millions d'euros	2018	2017	Variation 2018 / 2017
Chiffre d'affaires	1749,5	1 780,5	- 1,7%
Marge brute	1138,4	1 156,7	-1,6%
Marge brute / CA	65,1%	65,0 %	-
Marge opérationnelle	172,4	182,3	-5,4%
Marge opérationnelle / CA	9,9%	10,2%	-
Autres charges et produits non courants	(5,3)	(14,3)	-63,3%
Charges de financement	(21,3)	(20,4)	4,4%
Impôts	(38,5)	(14,6)	163%
Résultat net, part du Groupe	107,5	128,5	-16,3%
Résultat net ajusté*, part du Groupe	125,2	127,4	-1,7%

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

Effets des acquisitions

Le 10 octobre 2018, Ipsos a finalisé l'acquisition des quatre divisions globales de solutions d'études personnalisées de GfK : « Customer Experience » ; « Experience Innovation » ; « Health » et « Public Affairs », pour une valeur d'entreprise de 105 millions d'euros. La signature de cet accord avec GfK avait été annoncée le 30 juillet. Près de 1 000 experts de GfK Research ont rejoint Ipsos à la clôture de la transaction, dans 26 pays : Allemagne, Argentine, Australie, Autriche, Belgique, Brésil, Chili, Chine, États-Unis, Hongrie, Inde, Italie, Japon, Mexique, Pays-Bas, Pérou, Pologne, République Tchèque, Roumanie, Royaume-Uni, Russie, Singapour, Suède, Suisse, Turquie et Ukraine. Compte tenu de la structuration de cette opération et en raison de la période de transition nécessaire à la continuité et à la qualité des données livrées aux clients, le chiffre d'affaire enregistré par Ipsos a été de 30 millions d'euros en 2018 ; il sera d'environ 180 millions d'euros en 2019 et de 200 millions d'euros en année pleine en 2020.



Communiqué de presse – suite – 27 février 2019

Le 17 octobre 2018, l'acquisition de Market Pulse International a été annoncée ; il s'agit d'une société asiatique spécialisée dans le « mystery shopping », qui vient renforcer la position de leader mondial d'Ipsos dans ce type de services. Employant une trentaine de collaborateurs en Australie, Nouvelle Zélande et Thaïlande, le chiffre d'affaires. Le chiffre d'affaires en année pleine est de 2 millions d'euros et le prix d'acquisition de 0,4 millions.

Enfin, le 30 octobre, a eu lieu l'acquisition de Synthesio pour un montant de plus de 50 millions de dollars en numéraire. Créé en 2006, Synthesio est le leader de la « Social Media Intelligence ». Situés à New York, Paris, Londres, Singapour et Bruxelles, les 130 collaborateurs de Synthesio viennent renforcer les capacités en social media intelligence d'Ipsos, afin d'aider les clients à mieux appréhender les conversations sociales et de permettre la transformation des données issues des media sociaux en informations stratégiques pour les entreprises. Le chiffre d'affaires attendu en année pleine est de plus 20 millions de dollars en 2019.

Impact sur le chiffre d'affaires du passage à la norme IFRS 15

IFRS 15 a remplacé, à compter du 1er janvier 2018, les normes IAS 18 (Produits des activités ordinaires) et IAS 11, et comprend de nouveaux principes de reconnaissance du chiffre d'affaires, notamment en relation avec le fait générateur de comptabilisation du chiffre d'affaires, l'identification des obligations de performance, la prise en compte des revenus variables et l'allocation du prix de la transaction pour les contrats à éléments multiples. Les revenus issus des contrats conclus avec les clients d'Ipsos restent comptabilisés à l'avancement sous la norme IFRS 15, le transfert de contrôle en continu au titre de la prestation effectuée ayant été démontré. Les méthodes ne reflétant pas le pourcentage d'avancement des études ont été abandonnées dans le cadre d'IFRS 15, au bénéfice de la méthode linéaire, dans la mesure où celle-ci reflète de manière fiable le pourcentage d'avancement.

Ipsos a par ailleurs choisi d'appliquer la méthode rétrospective de transition simplifiée qui consiste à retraiter uniquement les revenus des contrats impactés par le changement de norme et encore en cours au 1er janvier 2018. L'impact de ce changement est comptabilisé dans les capitaux propres consolidés d'ouverture au 1er janvier 2018. L'année 2017 présentée en comparatif n'est donc pas retraitée. Pour le calcul de la croissance organique 2018 et pour les besoins d'informations communiquées en annexes aux comptes au sujet de l'impact du changement de méthode, les revenus (et autres postes impactés) ont continué d'être suivis - dans le reporting interne du Groupe uniquement - selon l'ancienne norme (IAS 18).

Comme annoncé en début d'année 2018, ce changement de principes comptables n'a pas d'impact significatif sur le chiffre d'affaires d'Ipsos en normes IFRS 15. Il n'est que de +0,2% sur l'exercice 2018 par rapport à l'ancienne méthode IAS 18.

Autres postes du compte de résultat

La marge brute (qui se calcule en retranchant du chiffre d'affaires des coûts directs variables et externes liés à l'exécution des contrats) s'établit à 65,1 % contre 65,0 % en 2017. La légère progression du ratio de marge brute est à relier aux effets positifs de la digitalisation de la collecte de données (53,1% des études par enquête sont online en 2018 contre 52,1% en 2017) et de la croissance des Nouveaux Services, en progression de 12,7% sur l'exercice.

En ce qui concerne les coûts d'exploitation, **la masse salariale** est en progression de 0,8 %, Les effectifs du groupe sont passés de 16 600 personnes à plus de 18 000 au 31 décembre 2018, principalement du fait des acquisitions. Hors acquisitions, les effectifs ont cru de 1,5%, essentiellement dans les pays émergents.

Le coût des **rémunérations variables en action** est en légère baisse à 8,9 millions d'euros (contre 10,1 millions d'euros l'année précédente).

Les frais généraux sont contrôlés et diminuent de 1,6 %, restant dans des ratios similaires rapportés au chiffre d'affaires.

Les autres charges et produits opérationnels enregistrent un produit net et incluent principalement des effets de change transactionnels positifs sur les postes du compte d'exploitation (ils étaient négatifs en 2017).

Au total, **la marge opérationnelle** du Groupe s'établit à 172,4 millions d'euros, soit un taux de 9,9 % rapporté au chiffre d'affaires. Cette baisse de 38 points de base par rapport à l'an dernier, provient principalement des effets négatifs des changes (jouant pour 15 points de base), des investissements dans les équipes centrales des lignes de service en charge de l'innovation produit qui ont été renforcées dans le programme Total Understanding et de l'effet périmètre jouant pour 5 points de base. A taux de change et périmètre constants, la marge opérationnelle aurait été de 10,1%.

En dessous de la marge opérationnelle, **les dotations aux amortissements des incorporels** liées aux acquisitions concernent la partie des écarts d'acquisition affectée aux relations clients au cours des 12 mois suivant la date d'acquisition et faisaient l'objet d'un amortissement au compte de résultat selon les normes IFRS sur plusieurs années. Cette dotation s'élève à 4,4 millions d'euros contre 4,7 millions précédemment.

Le solde du poste **autres charges et produits non courants et non récurrents** s'établit à – 5,3 millions d'euros contre – 14,4 millions d'euros l'an dernier. Il prend en compte des éléments à caractère inhabituel non liés à l'exploitation et inclut les coûts d'acquisition ainsi que les coûts liés aux plans de restructuration en cours.

Il enregistre en particulier en 2018, un produit net de 14,8 millions d'euros lié à la décision d'activer depuis ce premier janvier 2018 les coûts internes de développement. Jusqu'à présent le Groupe n'activait que ses coûts de développement externes lorsque les conditions définies dans ses méthodes comptables étaient réunies. Suite à l'amélioration de son système de suivi interne, Ipsos peut activer selon ces mêmes conditions ses coûts de développement internes qui sont constitués des charges de personnel de ses équipes travaillant sur ses plateformes et projets. Cette décision permet une meilleure appréhension des coûts totaux des efforts de Recherche & Développement entrepris par Ipsos. Elle a entraîné un changement d'estimation comptable des montants qui seront à présent activés. Conformément à la règle IAS8, la méthode prospective est appliquée à compter du 1er janvier 2018 pour comptabiliser ces impacts. En 2018, le montant des charges de personnels capitalisées s'élève à 18,7 millions d'euros et les amortissements relatifs à cette capitalisation s'élèvent à 2 millions d'euros.

Afin de ne pas créer de distorsion dans la lecture de la marge opérationnelle du fait de la reconnaissance d'un produit de capitalisation non compensé par des amortissements au cours des premiers exercices de mise en oeuvre de ce changement d'estimations comptables, les effets positifs sur le résultat opérationnel de cette première période de reconnaissance d'actifs incorporels ont été classés dans le poste « autres charges et produits non courants et non récurrents », en dessous de la marge opérationnelle. Le même traitement sera appliqué sur les années à venir, jusqu'au moment où la mise en oeuvre de la capitalisation atteindra sa vitesse de croisière, en 2022, compte tenu d'une durée d'amortissement générale de cinq ans pour ce type d'actifs.

Pour plus de détails, se reporter à la note 5.2 des états financiers consolidés.

Les charges de financement. La charge d'intérêt nette s'élève à 21,3 millions d'euros contre 20,4 millions d'euros, en hausse de 4,4 % principalement en raison de la hausse de l'endettement par rapport à 2017.

Impôts. Le taux effectif d'imposition au compte de résultat en norme IFRS s'établit à 26,2 % (correspondant à la moyenne pondérée des taux d'impôt des pays dans lesquels Ipsos a une présence) contre 10,2 % l'an dernier. Le niveau de 2017 était exceptionnellement bas car il intégrait une reprise de provisions pour impôts différés aux Etats-Unis de 24,5 millions d'euros, le taux d'impôts sur les sociétés dans ce pays étant passé de 35% à 21%.

Le Résultat net, part du Groupe, s'établit à 107,5 millions d'euros contre 128,5 millions en 2017.

Le Résultat net ajusté, part du Groupe, qui est l'indicateur pertinent et constant utilisé pour la mesure de la performance, s'établit à 125,2 millions d'euros en baisse de 1,7 % par rapport à l'exercice 2017, en ligne avec la baisse du chiffre d'affaires.



Communiqué de presse – suite – 27 février 2019

La structure financière

Flux nets de trésorerie libre. La capacité d'autofinancement s'établit à 206,3 millions d'euros, en amélioration de 9,1 millions d'euros par rapport à 2017.

Le besoin en fonds de roulement connaît une variation positive de 3,4 millions d'euros grâce à une diminution de deux jours du nombre de jours du crédit clients.

Les investissements courants en immobilisations corporelles et incorporelles sont principalement constitués d'investissements informatiques, d'investissements dans les panels online et, marginalement, d'investissements dans la rénovation de certains bureaux. Ce poste est en hausse de 31 millions d'euros, en raison des coûts des personnels travaillant sur les développements de systèmes et de produits, capitalisés pour 18,7 millions d'euros, et des investissements dans les panels online pour 6,4 millions d'euros.

Au total les flux net de trésorerie libres s'établissent à 108,1 millions d'euros, en très nette progression par rapport à 2017 où ils se montaient à 80,8 millions d'euros.

En ce qui concerne **les investissements non courants**, Ipsos a investi 171,2 millions d'euros dans son programme d'acquisition qui a repris en 2018, procédant notamment à l'acquisition de GfK Research, de Synthesio, de Market Pulse International et au rachat de minoritaires dans une société américaine et dans certains pays émergents (Vietnam).

Les capitaux propres s'établissent à 1 035 millions d'euros au 31 décembre 2018 contre 966 millions publiés au 31 décembre 2017.

Au 31 décembre 2018, Ipsos possède un solde de 882 924 actions propres (1,99 % de son capital) affectés à la livraison de ses plans d'association au capital de ses salariés.

Les dettes financières nettes s'élèvent à 574,6 millions d'euros au 31 décembre 2018, en augmentation par rapport au 31 décembre 2017 (464,2 millions d'euros) compte tenu des financements mis en place dans le cadre des acquisitions réalisées en 2018.

Le ratio d'endettement net est de 55,5 % contre 48,0 % au 31 décembre 2017 et le ratio de levier est de 2,8 fois l'EBITDA contre 2,1 fois au 31 décembre 2017.

Position de liquidité. La **trésorerie** en fin de l'exercice s'établit à 167,8 millions d'euros contre 137,3 millions d'euros au 31 décembre 2017, assurant une bonne position de liquidité.

Ipsos dispose par ailleurs de plus de 400 millions d'euros de lignes de crédit disponibles. Le 17 septembre 2018, Ipsos a refinancé sa principale facilité bancaire multidevises à 5 ans (avec une option de deux années supplémentaires), pour un montant de 160 millions d'euros et des conditions financières améliorées. Surtout, le 21 septembre 2018, grâce au succès de son émission obligataire inaugurale d'un montant de 300 millions d'euros à échéance 7 ans (coupon annuel de 2,875 %), Ipsos a pu allonger la maturité de son profil d'endettement et de diversifier sa base d'investisseurs crédit. Le produit net de cette émission a été affecté aux besoins généraux de l'entreprise, incluant le refinancement de certaines dettes existantes. Il a permis de financer l'acquisition des actifs de GfK Research et de Synthesio.

Il sera proposé à l'Assemblée générale des actionnaires du 28 mai 2019 une distribution **de dividendes de 88 centimes par action** au titre de l'exercice 2018, payable le 3 juillet 2019, soit une progression de 1,1 % et un taux de distribution voisin de 30 % rapporté à un résultat net ajusté par action de 2,88 euros.

PERSPECTIVES 2019

Le mot « transformation » est très utilisé. A juste titre, toutes les entreprises privées et publiques et les institutions, dans tous les pays et marchés du monde sont confrontés à un nouvel environnement et doivent l'anticiper et s'y ajuster. James Quincey, le CEO de Coca-Cola évoque dans une récente interview à un quotidien économique français les changements qui affectent sa société et en quoi ils font évoluer, parfois de façon radicale, sa façon d'opérer.

Ce qui vaut pour Coca-Cola vaut pour tous. Les mêmes concepts sont utilisés : hyper compétitivité, rôle accru des marchés locaux, porosité des marchés, segmentation des offres, volatilité et agilité, multiplication des circuits de distribution, avec, en plus de tout cela, et même si ce n'est pas évoqué, la nécessité d'une bonne discipline des affaires et de la finance, de sorte que perdure un modèle vertueux où croissance et profitabilité ne sont pas opposées mais l'effet d'un bienheureux concours de circonstances. La croissance nourrit la profitabilité et l'aisance financière permet de financer les innovations technologiques, industrielles, logistiques et commerciales qui sont elles-mêmes des garants d'une poursuite de la croissance.

Ce qui vaut pour Coca-Cola vaut pour Ipsos : à notre échelle, nous avons besoin d'être plus efficient quand nous produisons, plus diversifiés et multiples dans nos offres, plus proches de nos clients lorsque nous élaborons et mettons en œuvre programmes de recherches spécifiques et solutions normalisées.

Nous savons que nos clients ont besoin de plus d'informations, plus sûres, plus utilisables, plus proches de leurs problématiques, plus vite.

Notre défi est dans notre capacité à nous réadapter à des marchés où la valeur n'est plus exactement là où elle était il y a encore quelques années.

Sous l'effet de la globalisation et de la digitalisation de nos sociétés, l'industrie de la recherche et des études ne peut plus se contenter de vendre des données et les analyses basiques qui leur sont associées. Il y a encore vingt ans, les données étaient rares, chères, incertaines et d'un accès complexe. Souvent, elles étaient communiquées très tard, trop tard. Aujourd'hui, les mêmes informations – ou d'autres – sont abondantes, bon marché, voire gratuites, d'accès facile, immédiates, apparemment disponibles, presque « à portée de la main ».

La réalité est moins évidente, et malgré les progrès de l'Intelligence Artificielle, partir de données gratuites mais à moitié justes, d'impressions immédiates mal analysées et mal contextualisées, de simples tableaux de bords qui sont beaux mais qui contiennent des ratios parfois mal choisis ou mal calculés, n'a jamais été la clé d'une décision appropriée et d'un succès assuré.

Les entreprises et institutions clientes d'Ipsos et de ses confrères le savent et continuent jour après jour à travailler avec les équipes d'études que nous avons constituées, formées, organisées pour leur rendre – et leur vendre – les informations et services associés dont ils ont besoin.

Encore faut-il que nous sachions ne pas nous contenter de produire des données mais aussi les contextualiser, les connecter, les intégrer, les diffuser. Encore faut-il, qu'au-delà de nos qualités techniques et opérationnelles, nous puissions valoriser nos capacités à rendre ces informations claires, utiles, pertinentes, justes, connectées, voire intégrées. Encore faut-il aussi, que les entreprises et les institutions qui se transforment soient convaincues de l'intérêt de travailler avec des prestataires capables de mettre en œuvre les équipes, les technologies, les moyens opérationnels, pour leur procurer, partout, en toute confiance, toutes les informations qui leur sont utiles pour comprendre, partager et agir.

Pour réussir, Ipsos a engagé un programme de transformation profond « Total Understanding ». Le propos de ce programme et de la nouvelle organisation qui a été mise en place, entre le 1^{er} juillet et le 31 décembre 2018, est d'utiliser tous les atouts d'Ipsos pour que notre société emprunte bien le chemin qui donnera à ses clients la maîtrise complète et intégrée des informations dont ils ont besoin pour bien connaître les marchés, la société et les gens.

« Total Understanding » est un moyen de lutter contre la fragmentation du savoir, l'incertitude des informations, la complexité des situations, les incompréhensions et comporte les actions suivantes :



Communiqué de presse – suite – 27 février 2019

- Nous faisons évoluer les 75 services différents que nous proposons à nos clients, en utilisant les connaissances des nouvelles sciences – celles qui se rapportent à l'analyse des comportements par exemple – et les nouvelles technologies, pour aller plus vite, plus sûrement et de façon plus homogène dans tous les marchés.
- Nous avons créé une nouvelle organisation dédiée à la gestion de nos relations avec les clients et à notre renforcement dans des secteurs tels que les plateformes et les médias, que nous considérons comme très dynamiques.
- Nous renforçons notre présence dans les marchés clés tels que les Etats-Unis, le Royaume-Uni, l'Allemagne ou la France mais aussi – et sans doute surtout – dans les nouveaux grands marchés que sont la Chine, l'Inde, la Russie, la Turquie.
- Nous renforçons nos moyens d'accès au meilleur des sciences et des technologies, non pas pour tout réinventer, mais souvent pour mieux comprendre, maîtriser et utiliser tout ce dont nos clients ont besoin. Nous irriguons aussi nos nouveaux services qui, sur une base comparable, ont à nouveau connu une progression à deux chiffres en 2018.
- Enfin, là où nous ne pouvons pas développer avec sûreté et rapidité les structures ou les solutions dont nous avons besoin, nous n'hésiterons pas, comme cela s'est passé à la fin de 2018, à nous renforcer en acquérant sociétés, équipes, technologies.

Au total, le programme « Total Understanding » est le moyen dont nous nous sommes dotés pour nous ajuster aux nouveaux besoins de nos clients et en conséquence, trouver un rythme de croissance plus élevé et plus pérenne.

En 2019, le chiffre d'affaires publié d'Ipsos, à taux de change constant, progressera à un rythme supérieur à 10%. Pour sa part, le taux de croissance organique devrait être compris entre 2% et 4%, sous réserve que l'environnement macro-politique ne se détériore pas davantage.

La marge opérationnelle sera plus élevée qu'en 2018, même si sa progression sera contenue par la nécessité de financer en même temps un programme d'innovation renforcée dans les produits et les solutions et une profonde réorganisation de nos structures opérationnelles.



Communiqué de presse – suite – 27 février 2019

Annexes

- Compte de résultat consolidé
- État de la situation financière
- État des flux de trésorerie consolidés
- État des variations des capitaux propres consolidés

La plaquette des États financiers consolidés au 31 décembre 2018 est disponible sur le site d'Ipsos :

<https://www.ipsos.com/en/regulated-information/fr?year=2018>

La présentation de l'activité et des résultats 2018 sera disponible le 1^{er} mars 2018 sur le site :

<https://www.ipsos.com/en/investisseurs>

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, simplicité, rapidité 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