

RESULTATS ANNUELS 2018

# 2018, année de transformation

GAME CHANGERS



28 février 2019

© 2019 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.



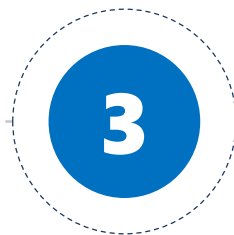
# Agenda



Un marché en transformation



Le programme Total Understanding :  
Objectif croissance



Résultats 2018



Perspectives

# Le marché se transforme : nos clients en parlent

## James Quincey, CEO Coca-Cola



### LE CHANGEMENT DU CONSOMMATEUR

«Les motivations essentielles des consommateurs restent très similaires... La grande évolution est que nous sommes passés d'un monde qui souffrait globalement d'une pénurie alimentaire à un monde de surplus. Le principal problème aujourd'hui n'est pas de se nourrir mais de se nourrir bien.»

### LE CHANGEMENT DE L'OFFRE

«Pendant plus d'un siècle, nous avons pu nous développer en offrant une gamme de produits relativement limitée. Aujourd'hui, il est indispensable que nous proposons des gammes plus larges tant en termes d'échelle de prix, que de produits.»

### LE CHANGEMENT DES MÉTHODES

«Nous devons nous organiser pour utiliser au mieux les données, créer des nouvelles plateformes commerciales, adapter nos méthodes de vente et toujours garder le contact avec le consommateur.»

### LA FORCE DU LOCAL

«On doit accepter de déléguer davantage de pouvoir et de responsabilités au niveau local.»  
«...Aujourd'hui ce sont ceux qui sont sur le terrain qui peuvent comprendre et s'adapter à des consommateurs qui sont différents dans chaque culture.»

### L'AGILITÉ

«Il faut multiplier les formes de messages, il faut aller bien plus vite, il faut accepter de tester et d'essayer tout en cherchant à s'améliorer en route. Nous devons passer en mode agile.»

# La volatilité des marchés accroît le besoin de données fiables



- Aujourd'hui l'importance d'anticiper et d'agir rapidement augmente
- **La valeur d'informations sûres s'accroît**

# Les données issues des études de marchés et sondages possèdent des caractéristiques spécifiques

En utilisant les sciences statistiques et échantillons, les études permettent de produire, de façon économique, des données assurant :

- L'exactitude
- La fraîcheur
- La représentativité
- La prédictibilité
- L'exhaustivité
- La neutralité

**4S's**

Security

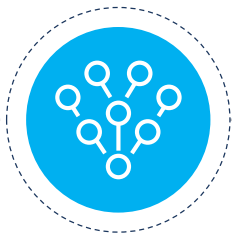
Simplicity

Speed

Substance

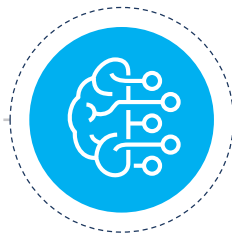
# L'explosion des Big Data met en avant la pertinence des études

Le succès dépend de la pertinence de l'information et de la capacité à transformer la donnée en action



**La donnée** couvre toute forme de fait ou de statistique

“le soleil se lève à 5:38 ”



**L'information** est une forme de donnée utilisable car on lui a donné du sens

“le soleil se lève à l'est à 5:38 et se couche à l'ouest”



**La connaissance** est une information traitée de sorte à pouvoir générer une action

“Si vous êtes perdu, regardez vers la direction du lever du soleil pour retrouver votre chemin.”

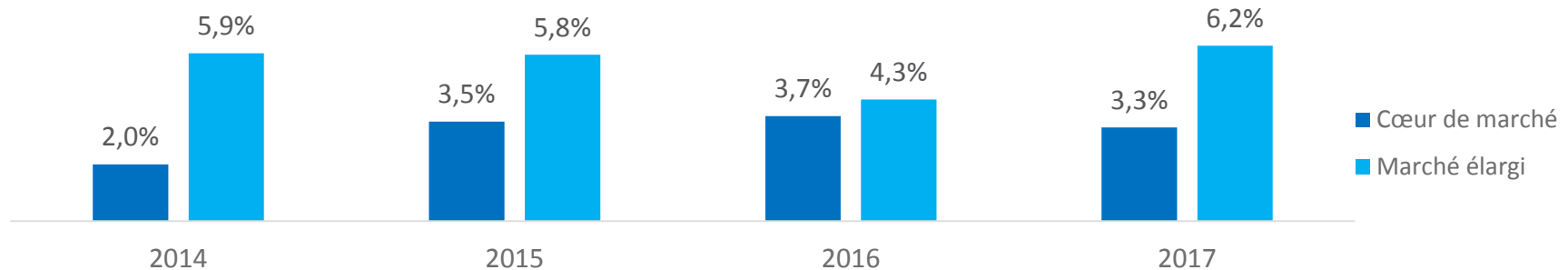
# Un marché des études dynamique

Le cœur de marché (\$45,8Mds en 2017) est résilient et croît d'environ 3% par an en moyenne

Le marché élargi (\$76,3Mds en 2017) surperforme à plus de 5% en moyenne et inclut notamment les segments suivants :

- Analytics
- Social Media monitoring
- Survey software

Croissance du marché global des études :







# Ipsos surperforme ses concurrents directs

## LES PRINCIPAUX ACTEURS DU SECTEUR :

- Sont souvent centrés sur le secteur de la grande consommation
- Ont parfois manqué d'attention vis-à-vis des marchés locaux
- Ont été moins actifs sur les services utilisant les nouvelles technologies, les nouveaux usages et l'aval - y compris les décisions à prendre et l'alignement des équipes

## Implémentation du TU

Incertitudes macro, mouvements sectoriels, facteurs intrinsèques  
→ Accélérer la croissance '19-21

	2014	New Way → Retrouver la croissance			2018
		2015	2016	2017	
	0,3%	-1,0%	3,0%	2,4%	0,7%
	4,5%	n/a	3,1%	1,8%	0,8% <sup>1</sup>
	0,6%	-0,2%	-0,9%	-2,9%	-1,4% <sup>2</sup>
	-2,0%	1,1%	-1,7%	-1,3% <sup>1</sup>	n/a

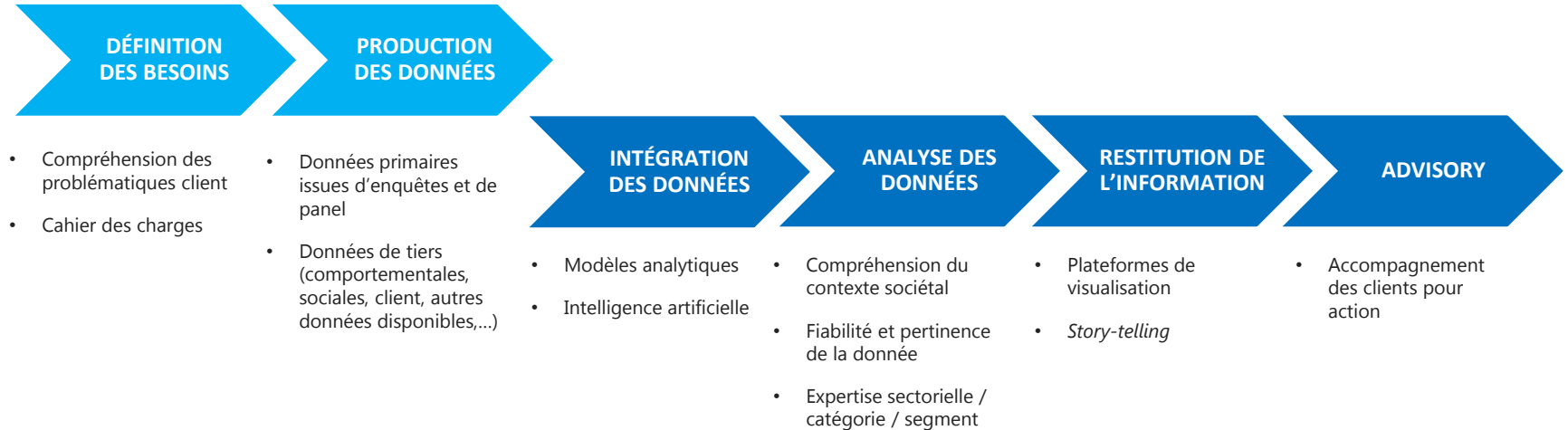
Sources : Publications sociétés, Nielsen: estimations de croissance organique basées sur indications données par le management lors de calls analystes, Kantar: chiffres de la division Data Investment Management de WPP.  
(1) Chiffre H1 uniquement, (2) Chiffre 9M uniquement

**GAME CHANGERS**



# De la production des données à une maîtrise complète de l'information

## TECHNOLOGIE ET AUTOMATISATION



## EXPERTISE DES EQUIPES

# Le programme Total Understanding : Objectif Croissance

GAME CHANGERS



28 février 2019

# Les piliers du Total Understanding

Début de mise en place : 1<sup>er</sup> juillet 2018

Fin de mise en place : 31 décembre 2018



## LIGNES DE SERVICE

- Assurer la compétitivité de tous nos services
- Utiliser les Nouveaux Services



## ORGANISATION CLIENT

- Mieux gérer nos relations clients aux plans global et local
- Rééquilibrage de la base de clientèle entre les secteurs



## PRÉSENCE LOCALE FORTE

- Responsabilité accrue des marchés locaux
- Intensification de la présence sur les marchés clés



## CAPACITÉS TRANSVERSALES RENFORCÉES

- Science Team A
- Tech Team A
- Ipsos Knowledge Center



## ACQUISITIONS

- Opportunité
- Technologie
- Savoir-faire

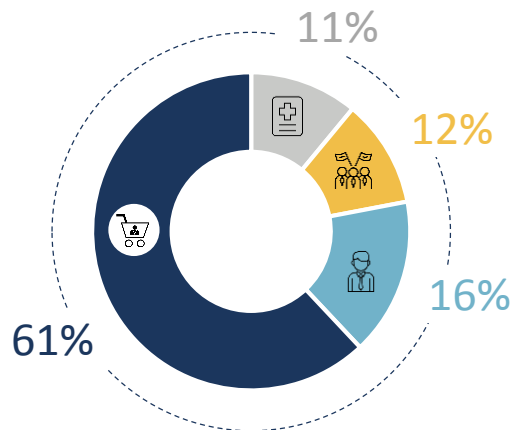
# 75 Services opérés par 17 Lignes de Services

LIGNES DE SERVICE

## CONSOMMATEURS

- Audience Measurement
- Brand Health Tracking
- Clinics and Mobility Labs
- Creative Excellence
- Innovation
- Ipsos UU (Qualitatif)<sup>1</sup>
- Ipsos MMA
- Market Strategy & Understanding
- Observer<sup>2</sup>
- Social Intelligence Analytics

## Poids du regroupement dans le CA 2018



## MÉDECINS ET PATIENTS

- Healthcare<sup>3</sup>
- ## CITOYENS
- Public Affairs
  - Corporate Reputation
- ## CLIENTS ET SALARIÉS
- Customer Experience
  - Retail & Consumer Intelligence
  - Mystery Shopping
  - Quality Measurement

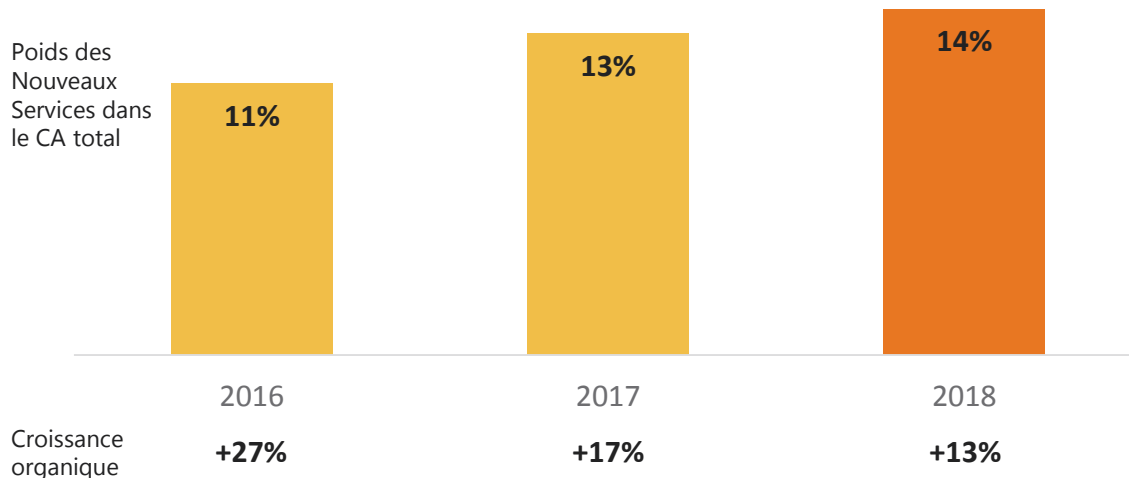
(1) Recherche qualitative, hors pharma  
(2) Hors secteur public  
(3) Inclut la recherche quantitative et qualitative

# Poursuivre l'innovation : les Nouveaux Services

LIGNES DE SERVICE

Chaque Ligne de Services poursuit un programme d'innovation et d'incorporation des Nouveaux Services

## Poids des Nouveaux Services



**Poursuite de la dynamique des Nouveaux Services en 2018**

### MESURER AUTREMENT

Web listening, Communities, Behavioural Economics, Ethnography, Neurosciences, Consumer & Retail Audit, Mediacell

### AVOIR LES DONNÉES EN TEMPS RÉEL

Mobile, Services Overnight, Enterprise Feedback Management (EFM)

### ANALYSER DES DONNÉES À FORTE VOLUMÉTRIE

Data analytics / Data Science, Ipsos Science Center, Path to Purchase

### PROPOSER DES SERVICES AUTOUR DE L'ASSISTANCE DES CLIENTS

Market Entry Research, Workshops, Advisory services, Insight Cloud



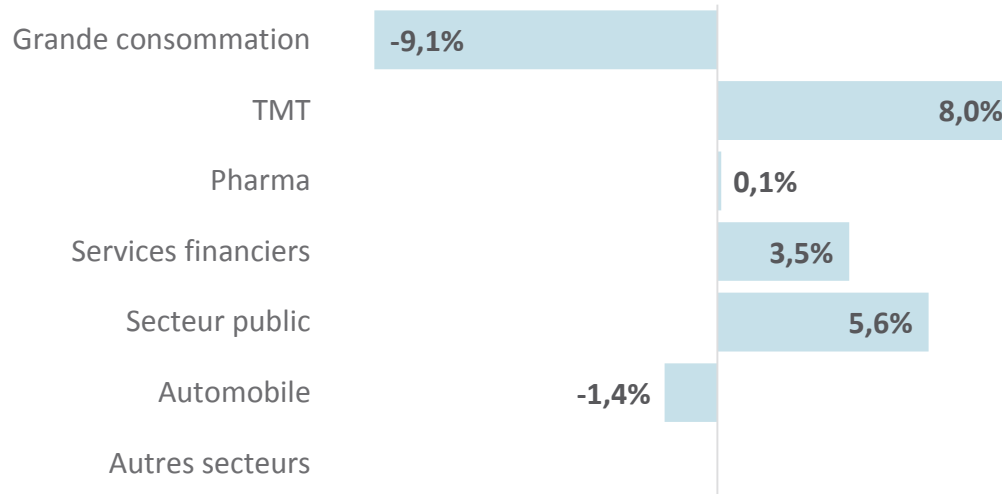
# Rééquilibrer la base de clientèle

ORGANISATION  
CLIENT

## Mouvements sectoriels en 2018

rappel % du CA 2017	% du CA 2018
<b>29%</b>	<b>26%</b>
<b>17%</b>	<b>18%</b>
<b>13%</b>	<b>13%</b>
<b>8%</b>	<b>9%</b>
<b>7%</b>	<b>7%</b>
<b>7%</b>	<b>7%</b>
<b>19%</b>	<b>20%</b>

## Croissance organique par secteur



# Une attention particulière à un secteur dynamique : Gafa, plateformes, mobile

ORGANISATION  
CLIENT

## COMPLÉMENTARITÉ DES SAVOIR-FAIRE

- Services impliqués, en particulier :  
Brand Health Tracking, Ipsos UU, Customer Experience, Corporate Reputation, Social Intelligence Analytics, User Experience, Media Development (other Specialist Services)
- Ipsos apporte son expertise en matière d'analyse du comportement consommateur en complément des données récoltées en temps réel par ces clients

## CHIFFRES CLÉS

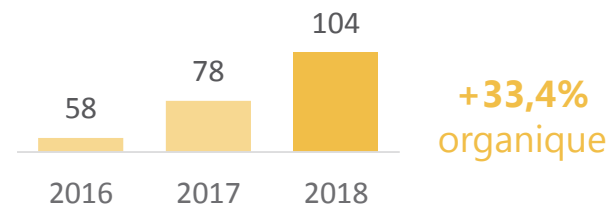


Portefeuille des 7 principaux clients dans le secteur TMT

Poids 2018 : 6,0% (4,5% en 2017)

## CROISSANCE DU CA :

MEUR, taux de change courants



# Organisation client locale : plus de proximité avec les clients

ORGANISATION  
CLIENT

- Etre la voix du client au sein d'Ipsos et la voix d'Ipsos chez le client
- Présence dans tous les pays clés (45 pays, 214 professionnels)
- Des experts dédiés localement aux enjeux business des clients clés
- Augmenter la part de marché
  - Via une meilleure adaptation des services
  - Via une multiplication de points de contact avec le client

○ **Stratégie client**

○ **Croissance**

○ **Collaboration**

○ **Relation Client**

## UN PROGRAMME CUSTOMER EXPÉRIENCE MENÉ DANS 30 PAYS

- Un accompagnement global du client
  - Production de nouvelles données, analyses de données existantes
  - Création d'un portail de reporting de données
  - Développement d'une nouvelle technologie permettant de mesurer la qualité de l'expérience client
  - Homogénéisation des méthodes
- Services proposés
  - Mystery Shopping
  - Entreprise Feedback Management
  - Advisory
  - Workshops

## CHIFFRES CLÉS SKODA AUTO

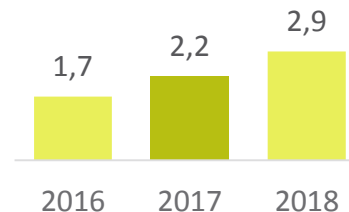


Client Ipsos depuis 2012

Majorité du CA réalisé en République Tchèque

### CROISSANCE DU CA :

MEUR, taux de change courants



**+71%**  
en 2 ans

# Cibler les marchés en croissance : l'Inde

PRÉSENCE  
LOCALE FORTE

## PUBLIC AFFAIRS EN INDE :

- Enquête de grande envergure pour déterminer les paramètres de l'opinion publique en Inde avant les élections 2019 :
  - Grande couverture de l'étude au niveau national
  - 34 000 individus interrogés dans 320 circonscriptions parlementaires
- Etude d'attractivité de villes indiennes pour la Banque Mondiale :
  - Indices de qualité de vie et d'attractivité économique
  - 100+ agglomérations indiennes couvertes

## EXEMPLE D'UN ACTEUR MAJEUR DE LA GRANDE CONSOMMATION :

- Installation d'un centre mondial de tests produits

## Chiffres clés - Inde



> 700 employés

Mumbai, Delhi, Bangalore

Poids 2018 : 1,2%

CA 2018: €21M

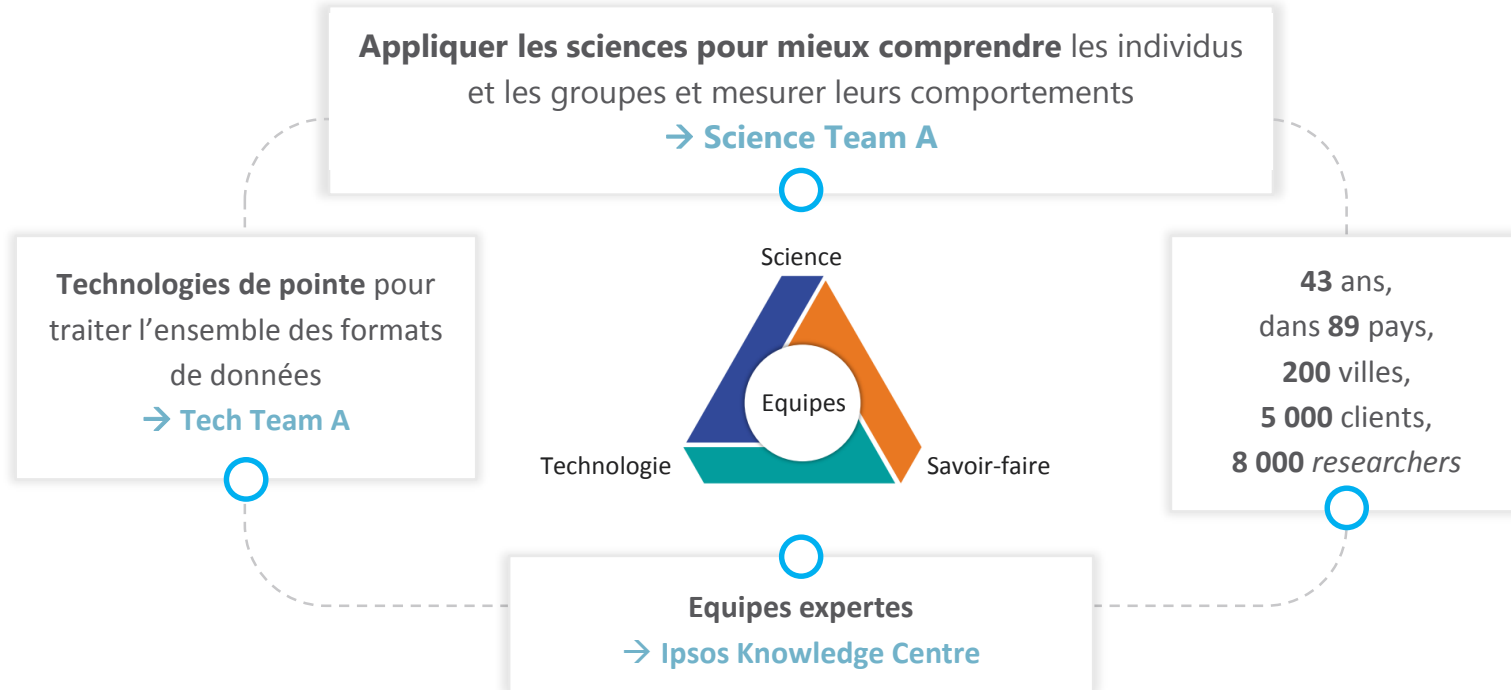
## Croissance du CA :

En millions de INR



# Capacités transversales renforcées

CAPACITÉS TRANSVERSALES  
RENFORCÉES





## UNE ACQUISITION D'OPPORTUNITÉ

- Leadership renforcé sur les segments:
  - Public Affairs
  - Healthcare
  - Innovation
  - CX et Mystery Shopping
- Faibles coûts d'intégration
- Multiple d'acquisition attractif: 0,5x CA (prix : €105M)



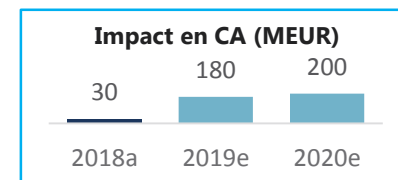
## RÉALISÉ DEPUIS OCTOBRE 2018

- 97% des équipes ont accepté leur transfert chez Ipsos
- Intégration du personnel achevée
- Relations clients consolidées
- Master Service Agreements transférés fin Mars 2019 (90%)



## 2019

- Potentiel dans des pays clés
- Momentum pour NORM (plateforme de réalité virtuelle)
- Optimisation des équipes et de nos capacités opérationnelles



*Pour des raisons opérationnelles, 2019 ne sera pas une année pleine*



## UNE ACQUISITION STRATÉGIQUE

- Acquisition d'**un leader technologique reconnu** (selon Forrester et Gartner<sup>1</sup>) de la veille et l'analyse des conversations issues des réseaux sociaux
- Offre Ipsos renforcée, nouveaux services pour les clients Synthesio
- Croissance 2018 à deux chiffres
- Favorise le passage d'une stratégie monocanale à une stratégie multi canaux
- Prix : \$ 50M



## RÉALISÉ EN 2018

- **Intégration des équipes :**
  - Equipes Produit concentrées sur la plateforme et technologie
  - Equipes Reporting au sein d'Ipsos
- **Intégration des capacités :**
  - Plan de développement commun entre les équipes Data Science



## 2019

- **Maintenir le leadership de la plateforme**
- Investissement dans **text analytics**

**CA 2019e Social Intelligence Analytics :**

**€30M (+44%<sup>2</sup>)  
dont Synthesio env. €20M**

# Bénéfices de Total Understanding

○ **Une offre plus spécialisée**

- Plus compétitif sur chaque segment de marché face aux acteurs de niche
- Leadership à l'échelle mondiale

○ **Une organisation plus agile**

- Une organisation client pour assurer la pertinence du service aux clients

○ **Une responsabilité accrue des marchés locaux**

- Une organisation plus en adéquation avec celle des clients
- Partenaire de confiance

# Résultats annuels 2018

GAME CHANGERS



28 février 2019



# Chiffres clés de l'exercice 2018

1 749,5 M€

Chiffre  
d'affaires

+ 0,7%

Croissance  
organique

(4,1%)

Effets de  
change

9,9%

Marge  
opérationnelle

108 M€

Trésorerie libre  
générée

# Stabilité du résultat net ajusté

<i>En millions d'euros</i>	2018	2017	Variation 2018 / 2017
Chiffre d'affaires	1 749,5	1 780,5	-1,7%
<b>Marge brute</b>	<b>1 138,4</b>	<b>1 156,7</b>	<b>-1,6%</b>
<b>Marge brute / CA</b>	<b>65,1%</b>	<b>65,0%</b>	-
<b>Marge opérationnelle</b>	<b>172,4</b>	<b>182,3</b>	<b>-5,4%</b>
<b>Marge opérationnelle / CA</b>	<b>9,9%</b>	<b>10,2%</b>	-
Autres produits et charges non courants	(5,3)	(14,3)	-63,3%
Charges de financement	(21,3)	(20,4)	4,4%
Impôts	(38,5)	(14,6)	163%
<b>Résultat net, part du Groupe</b>	<b>107,5</b>	<b>128,5</b>	<b>-16,3%</b>
<b>Résultat net ajusté*, part du Groupe</b>	<b>125,2</b>	<b>127,4</b>	<b>-1,7%</b>

\* 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

# Répartition du chiffre d'affaires par région

	CA 2018 (en millions d'euros)	Contribution	Croissance totale 2018 / 2017	Croissance organique
EMEA	761,5	44%	-0,8%	0%
Amériques	653,4	37%	-5,1%	-0,9%
Asie-Pacifique	334,6	19%	3,2%	6%
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>1 749,5</b>	<b>100%</b>	<b>-1,7%</b>	<b>0,7%</b>
<b>*Dont :</b>		<b>Contribution</b>		<b>Croissance organique</b>
Pays développés		68%		-0,8%
Pays émergents		32%		3,9%

# Répartition du chiffre d'affaires par audience

	CA 2018 (en millions d'euros)	Contribution	Croissance totale 2018 / 2017	Croissance organique
Consommateurs <sup>1</sup>	1 059,7	61%	-3,9%	-0,3%
Clients et salariés <sup>2</sup>	287,6	16%	-1%	1,3%
Citoyens <sup>3</sup>	205,9	12%	8,8%	7,5%
Médecins et patients <sup>4</sup>	196,3	11%	-0,8%	-0,9%
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>1749,5</b>	<b>100%</b>	<b>-1,7%</b>	<b>0,7%</b>

Répartition des Lignes de Service par segment d'audience :

<sup>1</sup>Audience 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

<sup>2</sup>Customer Experience, Market Measurement, Mystery Shopping, Quality Measurement, Retail Performance, ERM

<sup>3</sup>Public Affairs, Corporate Reputation

<sup>4</sup>Healthcare (quantitative et qualitative)

# Tableau des flux de trésorerie : bonne génération de trésorerie libre

<i>En millions d'euros</i>	2018	2017	Variation 2018 / 2017
<b>Capacité d'Autofinancement</b>	<b>206,3</b>	<b>197,2</b>	<b>4,6%</b>
Variation du BFR	3,5	(37,8)	-
Charges d'impôts et d'intérêts	(57,8)	(60,2)	-5,0%
Immobilisations corporelles et incorporelles	(43,6)	(18,4)	x2,4
<b>Trésorerie libre générée par l'exploitation</b>	<b>108,1</b>	<b>80,8</b>	<b>32,5%</b>
<b>Acquisitions</b>	<b>(161,6)</b>	<b>(15,0)</b>	
(Rachat) / Vente d'actions	1,2	6,4	-81,3%
Variation nette des dettes	122,9	(53,3)	-
Dividendes	(37,8)	(36,4)	3,8%
<b>Trésorerie à la clôture</b>	<b>168,8</b>	<b>137,3</b>	<b>22,3%</b>

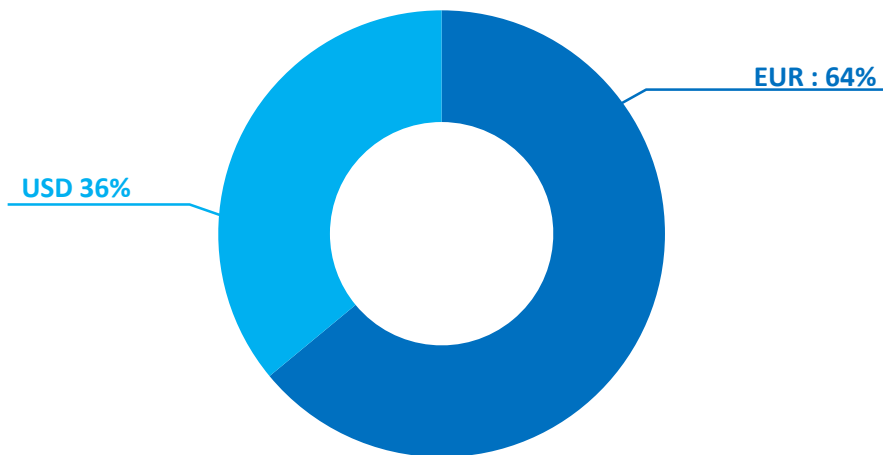
# Un bilan solide

<i>En millions d'euros</i>	2018	2017
Capitaux propres	1 035	966
<b>Endettement net</b>	<b>575</b>	<b>464</b>
Ratio d'endettement	55,5%	48,0%
Endettement net (à taux de change 31/12) / EBE (à taux de change moyen)	x2,8	x2,1
Couverture des frais financiers par la marge opérationnelle	x8,3	x9,7

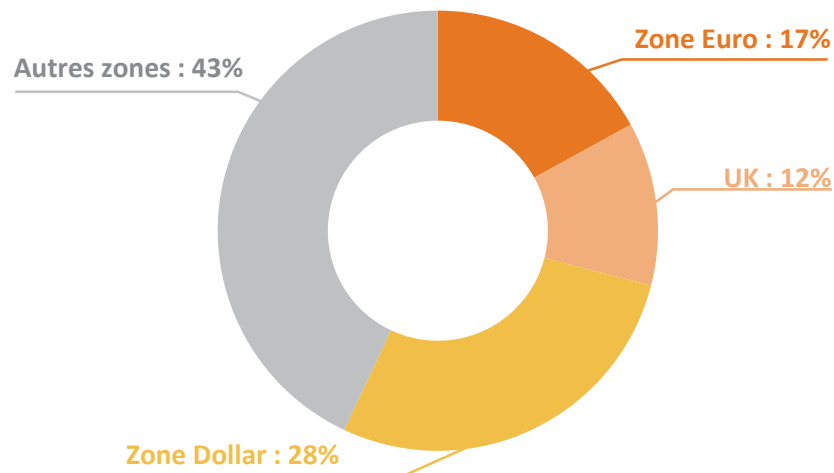
Ipsos dispose d'une bonne position de liquidité avec plus de 400 millions d'euros de lignes de crédit disponibles, grâce au succès de son émission obligataire pour 300 millions d'euros à 7 ans (coupon de 2,875%) et au refinancement de sa principale facilité bancaire à 5 ans (plus 2 ans en option) pour 160 millions d'euros, réalisés en septembre 2018.

# Répartition par devise

## RÉPARTITION DE LA DETTE

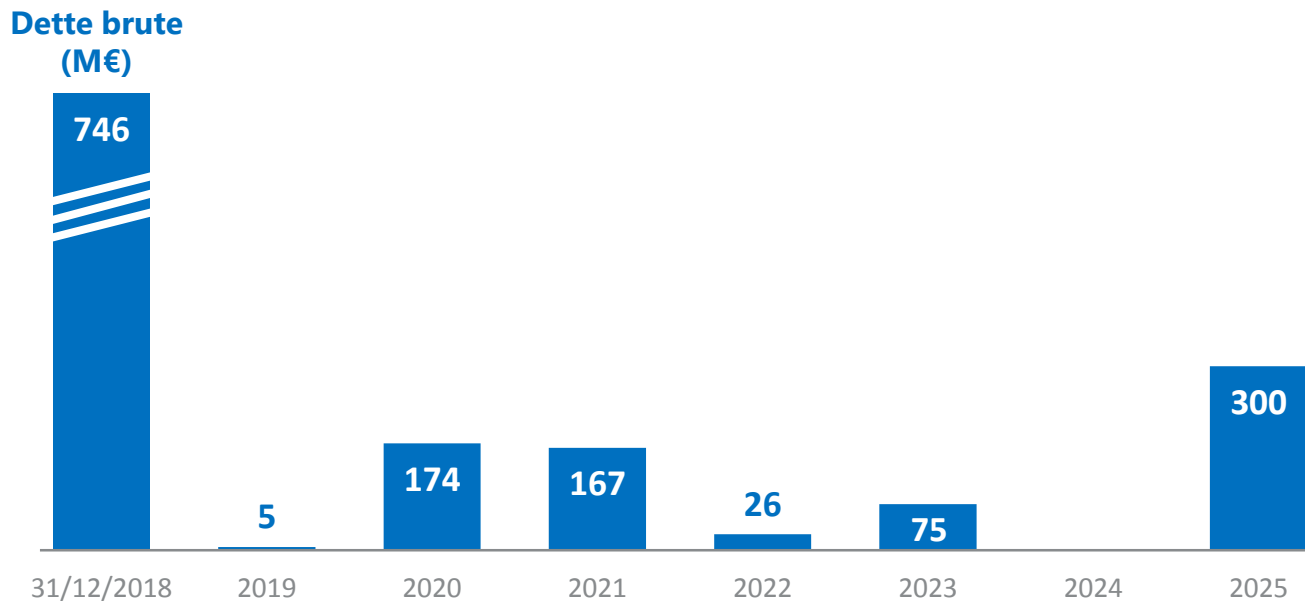


## RÉPARTITION DES ACTIVITÉS D'IPROS



# Dette par maturité

## DÉCOMPOSITION PAR MATURITÉ



# Dividende proposé de 88 centimes (+ 1,1%)

	Au titre de 2018	Au titre de 2017
Dividende par action	0,88	0,87
BNPA	2,48	3,00
BNPA ajusté	2,88	2,98
Part du BNPA ajusté distribuée	30,6%	29,2%

# Perspectives

GAME CHANGERS



28 février 2019



# Perspectives 2019 - 2021

## ALLOCATION EQUILIBREE DU CASH

### Acquisitions annuelles

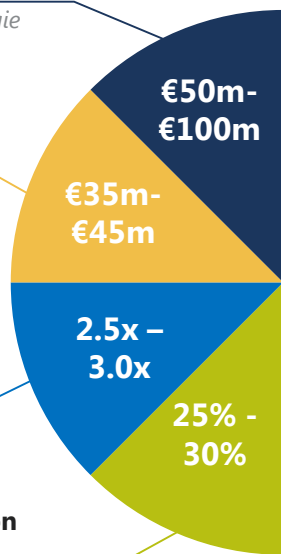
3 catégories: opportunités, technologie et savoir-faire

### Capex

### Levier financier optimisé

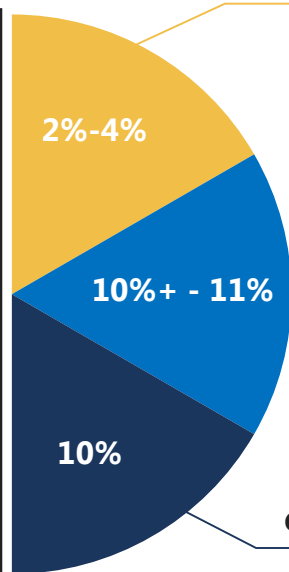
Conservateur et soutenant la croissance

### Taux de distribution du dividende



### Croissance organique

Au moins au niveau du marché



### Marge opérationnelle

Organique et non-organique, via la digitalisation continue de la collecte de données et des économies d'échelle

2019 : 10%+

2021 : 11%

### Croissance moyenne du BPA¹

## CROISSANCE ATTRACTIVE

(1) Sur la base du BPA dilué, à taux de change constant  
© 2019 Ipsos. Résultats Annuels 2018

# Q&A

GAME CHANGERS

