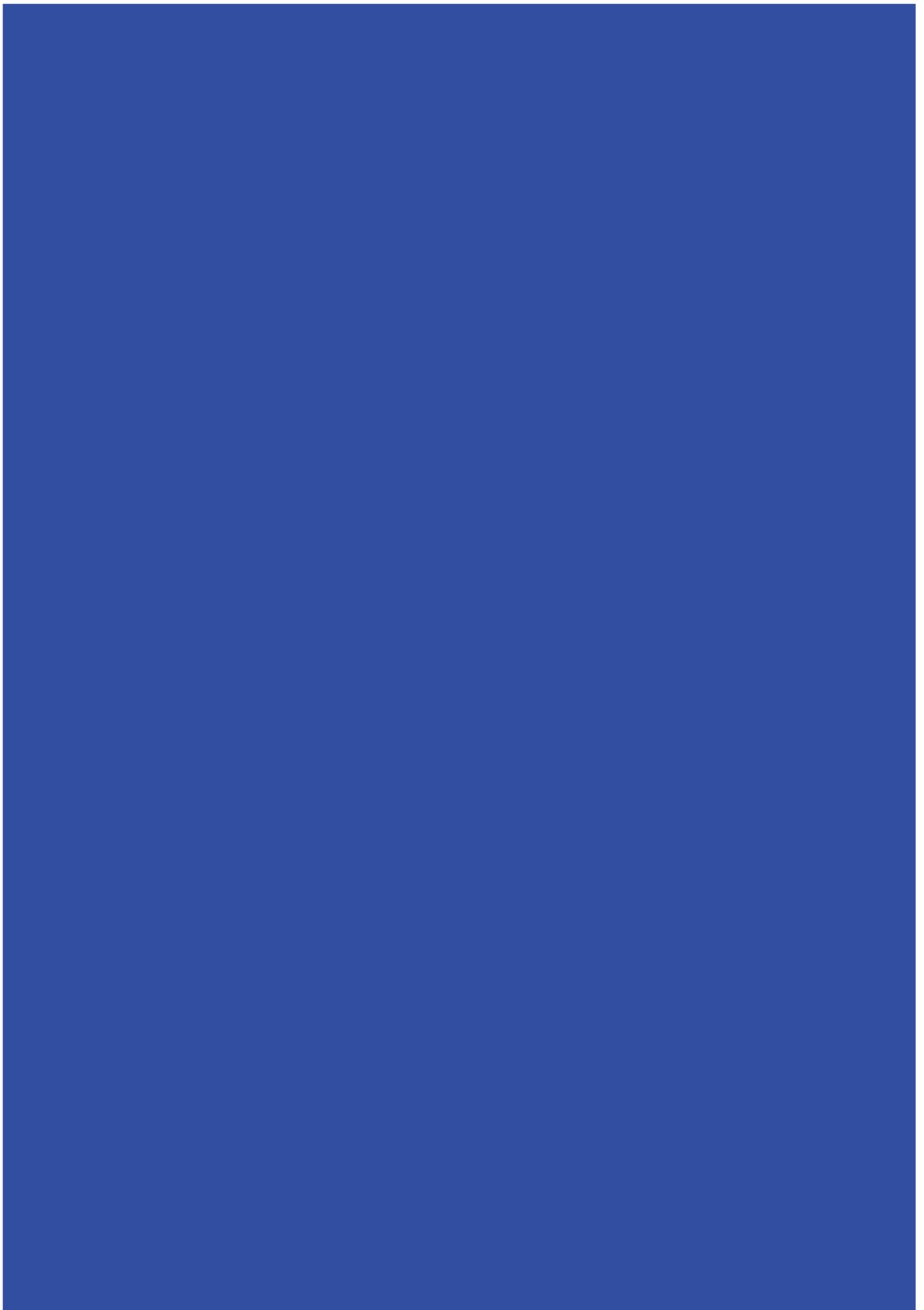


ÉCLAIRAGES 2018



GAME CHANGERS





SOMMAIRE

04	MESSAGE DU PRÉSIDENT
06	CHIFFRES CLÉS
08	RETOUR SUR UNE STRATÉGIE DE CROISSANCE
09	DES ACQUISITIONS STRATÉGIQUES EN 2018
10	5 VALEURS FONDAMENTALES POUR RASSEMBLER LES COLLABORATEURS
11	UN ENGAGEMENT RSE RENFORCÉ
12	TRANSFORMER IPSOS POUR ACCÉLÉRER ET PÉRENNISER LA CROISSANCE
14	ASSURER UNE EXPERTISE POINTUE SUR L'ENSEMBLE DE NOTRE OFFRE
16	UNE ORGANISATION PLUS CENTRÉE SUR LE CLIENT
17	CONJUGUER SCIENCES, SAVOIR-FAIRE ET TECHNOLOGIE
18	L'EXCELLENCE SCIENTIFIQUE D'IPSOS
19	AUTRES PUBLICATIONS
20	PRINCIPAUX ÉLÉMENTS DES COMPTES CONSOLIDÉS
22	GOVERNANCE ET STRUCTURE ACTIONNAIRE

MESSAGE DU PRÉSIDENT



Voilà plus de 40 ans qu'Ipsos est un acteur majeur du secteur des études.

Sur quatre décennies, nous avons pu observer les évolutions de notre propre environnement marqué, ces dernières années, par l'explosion du volume de données qui semblent désormais à portée de main. Cependant, à mesure que les données se multiplient et qu'elles deviennent de plus en plus accessibles, leur qualité et leur fiabilité n'ont jamais été aussi importantes. Loin de faire apparaître le marché des études comme obsolète, ce nouvel environnement a, au contraire, souligné la différence entre données et connaissance. Si la donnée est assimilable à une simple statistique, seule la connaissance permet d'agir. Or, dans un environnement toujours plus incertain, c'est bien la nécessité de prendre rapidement des décisions pour les transformer en actions qui prime pour les entreprises et les institutions.

« Ipsos réalise un chiffre d'affaires 2018 s'élevant à 1 749,5 millions d'euros et dépasse ses concurrents directs en matière de croissance organique. »

Les chiffres confirment cet intérêt pour les études : le cœur de marché de la recherche est résilient et croît d'environ 3% par an, pendant que le marché élargi surperforme à plus de 5% par an. Sur ce marché, Ipsos réalise un chiffre d'affaires 2018 s'élevant à 1 749,5 millions d'euros et dépasse ses concurrents directs en matière de croissance organique.

Au sein de cet environnement changeant, Ipsos a su se transformer pour faire des évolutions du marché de nouvelles opportunités de croissance. L'année 2018 a été une année de transformation au cours de laquelle Ipsos a mis en place un plan appelé Total Understanding qui vise à accélérer durablement sa croissance. Ce plan nous a permis de clarifier et compléter notre offre pour assurer une plus grande expertise sur tous les segments de marché, de renforcer notre agilité et notre sens de l'innovation et enfin, d'accentuer nos capacités à être présents sur toute la chaîne de valeur de données : de sa production à l'accompagnement client.

« Au sein de cet environnement changeant, Ipsos a su se transformer pour faire des évolutions du marché de nouvelles opportunités de croissance. »

Compléter et clarifier notre offre pour répondre de manière plus précise aux nouvelles attentes de nos clients était notre premier objectif.

Pour cela, nous avons regroupé 75 services sous 17 Lignes de Services spécialisées : elles assurent la compétitivité de notre offre sur leurs segments de marchés respectifs. Les Lignes de Services conjuguent leurs expertises pour offrir les meilleures réponses aux questions de nos clients. Enfin, elles intègrent de nouveaux services et technologies en fonction des besoins du marché : par exemple, Ipsos poursuit le développement de ses capacités de mise à disposition des données en temps réel, d'analyse des réseaux sociaux et de données à forte volumétrie.

Disposer d'une organisation encore plus centrée sur le client et ses attentes était également au cœur de notre transformation.

Si Ipsos a toujours été pourvu d'une organisation globale centrée sur le client, nous l'avons améliorée et ainsi, nous avons accentué notre rôle de partenaire auprès de nos clients, tout en renforçant notre présence dans des secteurs tels que les plateformes et les médias, que nous considérons comme très dynamiques.

Dédier des équipes d'experts dotés d'une connaissance des enjeux et secteurs d'activités des clients nous permet d'apporter le meilleur des solutions Ipsos chez le client.

Notre organisation au sein même de nos marchés a également été revue : désormais, 214 professionnels répartis sur 45 pays sont des points de contact privilégiés, dédiés localement aux enjeux business des clients clés.

Faciliter notre accès au meilleur des sciences et des technologies pour mieux cerner et répondre aux nouvelles problématiques de nos clients figurait aussi parmi nos priorités.

Notre nouvelle organisation scientifique ou nos partenariats avec des universités et institutions académiques sont autant d'atouts qui nous permettront d'irriguer nos services avec le meilleur des sciences et technologies.

Enfin, le projet Total Understanding a également misé sur un plan d'acquisitions ciblées.

En 2018, l'acquisition de quatre divisions de GfK Custom Business Research renforce la position concurrentielle d'Ipsos dans divers marchés clés et segments de marché, pendant que celle de Synthesio vient doter Ipsos d'une plateforme technologique et d'un savoir-faire important en matière d'analyse de données issues du web et de conversations sur les réseaux sociaux.

« Alors que nous relevions ces défis, nous avons su rester unis. »

Chacun de nos collaborateurs a été partie prenante de la mise en place du Total Understanding. Alors que nous relevions ces défis, nous avons su rester unis.

En restant audacieux, nous pouvons donc regarder vers l'avenir avec confiance et envisager une accélération de la croissance pour 2019 et au-delà.

Didier TRUCHOT,
Président directeur général d'Ipsos

Créé en 1975, Ipsos est le **3^e acteur mondial** des études de marché et d'opinion publique. Ipsos produit et analyse de l'information sur la Société, les Marchés, les Gens pour offrir à ses clients les clés pour prendre les bonnes décisions et les transformer en actions.



18 130
collaborateurs



90
marchés



+ 5 000
clients



Accès Panels
à plus de
140 pays



dont Panels
propriétaires dans
57 pays



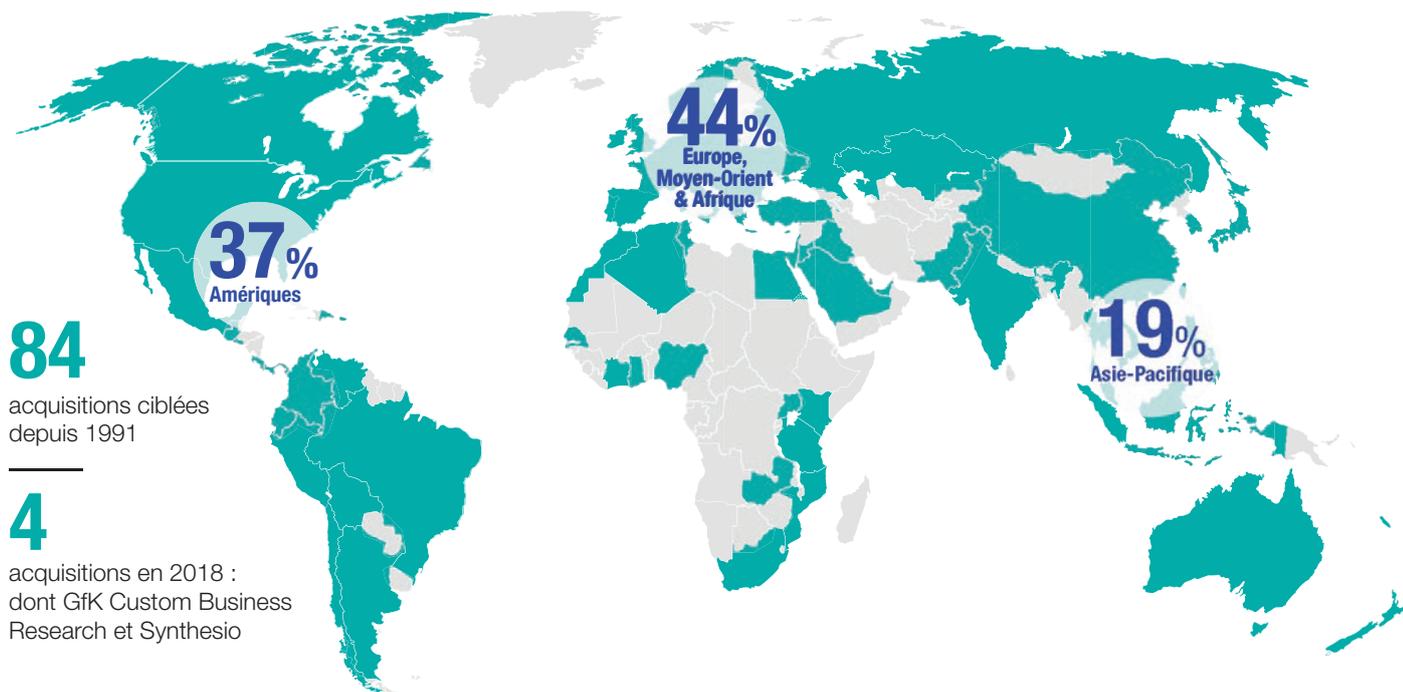
22
millions
interviews offline



25
millions
interviews online

UN LEADER MONDIAL

PART DU CHIFFRE D'AFFAIRES D'IPSOS PAR ZONES EN 2018



3^È SOCIÉTÉ D'ÉTUDES AU NIVEAU MONDIAL⁽¹⁾

	Société	CA 2018 (En milliards de \$ US)
1	Nielsen	6,5
2	Kantar	3,3
3	Ipsos	2,0
4	GfK	1,7

IPSOS FIGURE DANS LE TOP 4 AU SEIN DES PRINCIPAUX PAYS DU MARCHÉ DES ÉTUDES⁽²⁾

Pays développés

N°1 Canada	N°2 France	N°3 Royaume-Uni, Pays-Bas, Suisse	N°4 Allemagne, Corée du Sud, Italie, Etats-Unis
--------------	--------------	-------------------------------------	---

Pays émergents

N°1 Turquie	N°2 Mexique, Nigeria	N°3 Afrique du Sud, Australie, Brésil, Chine, Inde	N°4 Singapour, Russie
---------------	------------------------	--	-------------------------

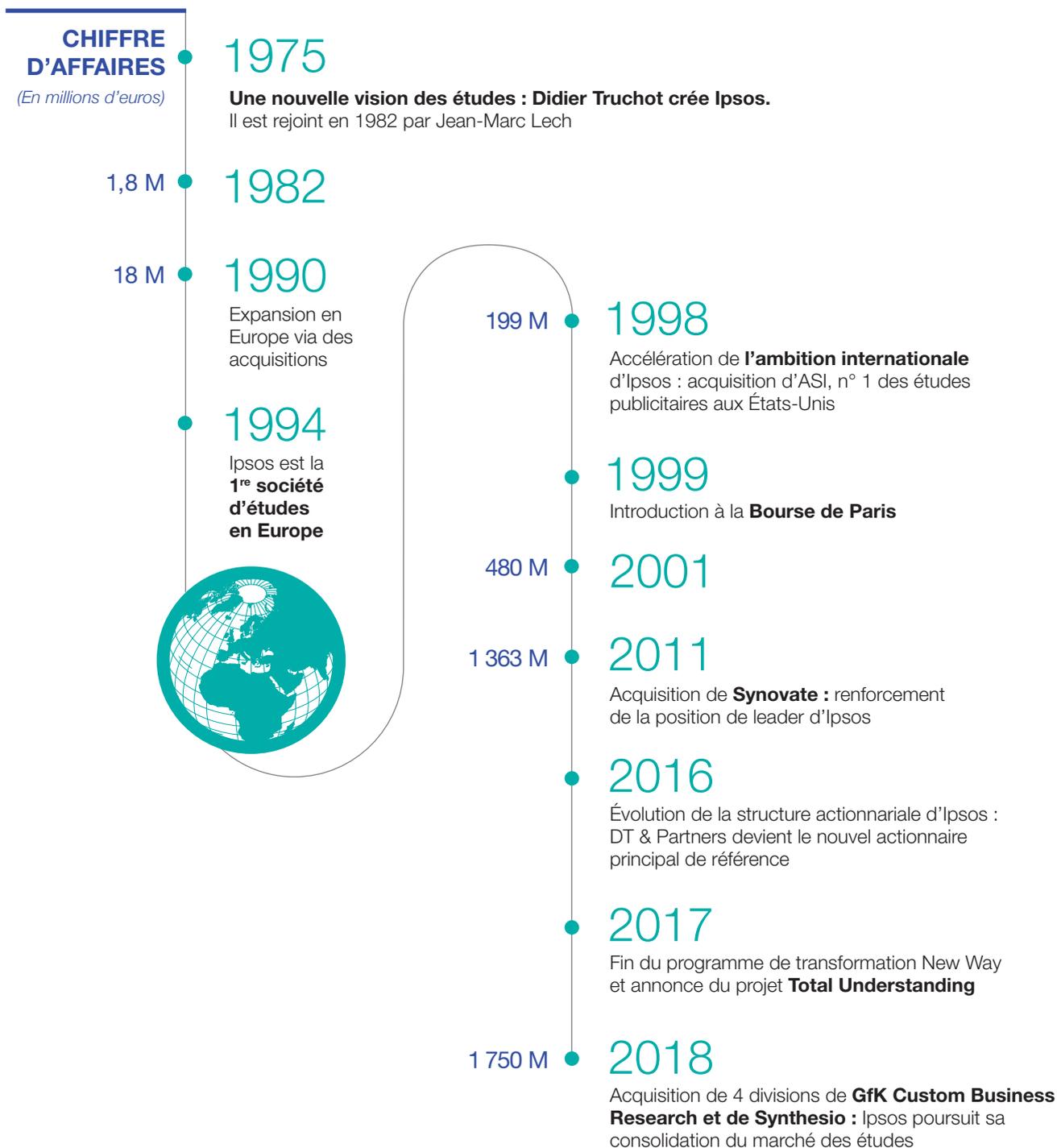
Sources :

(1) Publications sociétés, taux de change au 31 Dec 2018, GfK : CA 2016, hors IQVIA

(2) Estimés de la société, hors IQVIA

32 % DU CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL D'IPSOS GÉNÉRÉ DANS LES MARCHÉS ÉMERGENTS

1975 - 2018 : RETOUR SUR UNE STRATÉGIE DE CROISSANCE



DES ACQUISITIONS STRATÉGIQUES EN 2018

Pour être en mesure de proposer les derniers savoir-faire et technologies, Ipsos mise sur une politique d'acquisitions ambitieuse, qui s'est concrétisée à travers trois acquisitions majeures en 2018.

UNE ACQUISITION D'OPPORTUNITÉ

Quatre divisions globales de GfK Custom Business Research

Le 10 octobre 2018, Ipsos finalise l'acquisition des quatre divisions globales de solutions d'études personnalisées de GfK Custom Research : « Customer Experience » ; « Experience Innovation » ; « Health » et « Public Affairs », accueillant ainsi 1 000 managers et professionnels expérimentés.

Cette acquisition participe au renforcement de son leadership dans 26 marchés clés et dans 4 segments de marché au potentiel de marché important.

+10 %

d'augmentation des revenus estimé pour 2019 grâce aux acquisitions.

UNE ACQUISITION TECHNOLOGIQUE

Synthesio

Le 30 octobre 2018, Ipsos annonce l'acquisition de Synthesio. Créé en 2006, Synthesio est un leader en matière d'analyse de la donnée issue du web et des réseaux sociaux, implanté à New York, Paris, Londres, Singapour et Bruxelles.

Avec cette acquisition, Ipsos se dote d'une plateforme technologique lui permettant d'analyser à l'échelle globale les conversations en ligne. Ipsos renforce ainsi ses capacités d'analyse et donne à ses clients un accès à une vue la plus complète des consommateurs.

UNE ACQUISITION DE SAVOIR-FAIRE

Market Pulse International

Fin 2018, Ipsos parfait son savoir-faire en matière de Mystery Shopping grâce au rachat de Market Pulse International, une société spécialisée en Mystery Shopping présente en Asie du Sud-Est.



5 VALEURS FONDAMENTALES

POUR RASSEMBLER LES COLLABORATEURS



INTÉGRITÉ

Nous appliquons les normes et principes éthiques les plus stricts. Nous sommes des experts indépendants et objectifs et nous fournissons des informations fiables aux clients.



CURIOSITÉ

Nous sommes curieux du monde qui nous entoure. Nous posons les bonnes questions et recherchons la nouveauté et l'imprévu.



COLLABORATION

Ensemble, nous sommes plus intelligents qu'individuellement. Nous travaillons au sein de différentes équipes composées de clients et de collaborateurs. Ensemble, nous explorons le monde dans une communauté d'objectifs et avec l'esprit ouvert.



PRIORITÉ AU CLIENT

Le client est notre priorité numéro 1. Quoi qu'il arrive. Nous mettons en œuvre des partenariats à long terme et comprenons l'activité de nos clients comme si c'était la nôtre. Nous avons la responsabilité de fournir à nos clients les meilleures solutions dans nos différentes spécialisations.



ESPRIT D'ENTREPRISE

Nous sommes différents. Notre culture encourage les individus à tester des idées différentes et innovantes. Nous sommes motivés. Nous travaillons avec acharnement et intelligence, et, le cas échéant, nous pouvons agir de manière rapide et décisive.

Retrouvez l'intégralité
des valeurs d'Ipsos sur
www.ipsos.com/en/values

UN ENGAGEMENT RSE RENFORCÉ

Première société d'études de marché à adhérer au Pacte Mondial des Nations Unies

Création du poste de Directeur Responsabilité Sociale et Environnementale

Création de la Fondation Ipsos et du comité RSE au sein du Conseil

Création d'un programme de formation en RSE

Signature d'un partenariat avec Tent Foundation



2008



2012



2014



2016



2018

LE PROGRAMME « TAKING RESPONSIBILITY » ENJEUX, AMBITIONS ET RÉALISATIONS :

Depuis plusieurs années, Ipsos développe des politiques RSE dans le cadre d'un programme global et pluriannuel appelé **Taking Responsibility**. Ce programme définit l'ensemble de nos actions en matière de Responsabilité Sociale, Sociétale et Environnementale (RSE), et ce, en fonction des enjeux identifiés pour Ipsos.

ENJEUX SOCIAUX

La principale clé du succès d'Ipsos repose sur notre capacité à attirer, former et garder les talents et à maintenir un engagement fort de nos collaborateurs.

74 %

des collaborateurs adhèrent à la stratégie et aux orientations d'Ipsos

80 %

des collaborateurs apprécie la culture d'Ipsos

73 %

taux d'engagement des collaborateurs

ENJEUX SOCIÉTAUX

Ipsos concentre également certains de ses principaux enjeux RSE sur le volet sociétal, notamment avec ses actions de nature caritative (et en particulier celles portées par sa Fondation), et, du point de vue professionnel, sur l'usage et la protection des données collectées par Ipsos dans le cadre de ses opérations.

40

initiatives pour l'éducation des enfants défavorisés financées par la Fondation

1 470

jours de volontariat en 2018

100

réfugiés recrutés dans les deux années à venir suite à notre partenariat avec Tent Foundation

ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

Si les enjeux environnementaux ne sont pas considérés comme les enjeux les plus à risque, il n'en demeure pas moins qu'Ipsos est un groupe qui se veut fortement engagé pour la planète, et ce même si ses activités sont par nature peu impactantes.

-4 %

d'émissions de CO₂ entre 2017 et 2018

2 700

collaborateurs ont été formés à la RSE en 2018

-10 %

objectif de réduction d'émissions de CO₂ d'ici à 2020

IPSOS S'ENGAGE POUR L'INTÉGRATION DES RÉFUGIÉS

En septembre 2018, Ipsos a signé un partenariat avec Tent Foundation, créée en 2016 par Hamdi Ulukaya, fondateur et PDG de l'entreprise Chobani. Cette fondation a pour objectif de mobiliser les entreprises du monde entier afin d'améliorer la vie et les moyens de subsistance de plus de 25 millions d'hommes, de femmes et d'enfants déplacés de force de leur pays d'origine et ayant le statut de réfugiés.

Ipsos, aux côtés d'autres entreprises du secteur privé, a décidé de prendre part à cette démarche sociétale en prenant l'engagement de

recruter 100 réfugiés dans les 2 prochaines années.

Les Directions des Ressources Humaines des pays sont en contact avec les organisations humanitaires et gouvernementales pour connaître les profils des candidats et organiser les recrutements. Des réunions d'information sont organisées pour les managers et les collaborateurs pour les sensibiliser à la problématique des réfugiés et l'importance de cet engagement sociétal d'Ipsos.

TOTAL UNDERSTANDING

TRANSFORMER IPSOS POUR ACCÉLÉRER ET PÉRENNISER LA CROISSANCE

« Nous nous appuyons sur les points forts d'Ipsos et sur le développement d'un nouvel état d'esprit, tourné vers l'innovation, pour répondre au besoin croissant de rapidité et de fiabilité et ainsi renouer avec une croissance durable. »

Didier Truchot

De juillet à décembre 2018, Ipsos a conçu et mis en place un plan appelé **Total Understanding** qui répond aux nouveaux enjeux auxquels le marché des études fait face et vise à accélérer durablement la croissance d'Ipsos.

La pertinence des études renforcée dans un environnement volatil

Dans tous les marchés du monde, les institutions et les entreprises, privées ou publiques, sont confrontées à un environnement de plus en plus incertain : hyper compétitivité, rôle accru des marchés locaux, porosité des marchés, segmentation des offres, volatilité et agilité, multiplication des circuits de distribution... Face à cette incertitude grandissante, nos clients doivent pourtant anticiper et agir de plus en plus vite. Ce contexte renforce la valeur de la donnée qui permet d'agir de manière réfléchie et sûre, en étant fondée sur des éléments tangibles, exacts, représentatifs, neutres, récents et exhaustifs.

Une nouvelle donne sur le marché des études

Sous l'effet de la globalisation et de la digitalisation de nos sociétés, le secteur des études de marchés a lui aussi observé d'importants changements.

D'une part, la multiplication des sources de données et l'explosion de la quantité d'informations à disposition.

Il y a encore vingt ans, les données étaient rares, chères, incertaines, d'un accès complexe et souvent communiquées très tard. Aujourd'hui, les mêmes informations sont abondantes, bon marché, voire gratuites, d'accès facile, immédiates, laissant penser que les études sont devenues obsolètes.

D'autre part, l'extension de la valeur des études qui passe de la simple production de données, à la combinaison des sources et même, aux services d'accompagnement.

La valeur ajoutée d'acteurs comme Ipsos s'est progressivement étendue. Nous sommes passés d'un simple besoin de production de données vers d'autres nécessités : combiner différentes sources, intégrer des capacités technologiques d'analyse de données non-structurées (par exemple, des conversations sur les réseaux sociaux), et enfin proposer un accompagnement client.

Dans ce contexte, Ipsos entend conserver son leadership sur la compréhension de la Société, des Marchés et des Gens : le plan **Total Understanding** est le moyen dont il s'est doté pour y parvenir.

OBJECTIFS DU PLAN TOTAL UNDERSTANDING

Clarifier & revoir notre offre pour augmenter la valeur de ce qui est fourni à nos clients.

Renforcer la position d'Ipsos sur le marché des études en répondant aux nouveaux besoins clients.

Définir des opportunités de croissance et prioriser certains investissements.

Devenir des partenaires de confiance privilégiés pour nos clients.

ÉLÉMENTS CLÉS DE LA NOUVELLE ORGANISATION

Les 17 Lignes de Services, qui proposent 75 services, pour accroître la compétitivité d'Ipsos afin d'être au plus près des attentes clients.

L'Organisation client globale et locale, pour renforcer la relation client et faire d'Ipsos un véritable partenaire de ses clients.

Le renforcement de nos capacités en matière de technologies et sciences pour offrir de meilleurs services à nos clients.

Des acquisitions ciblées, pour accéder rapidement à certaines technologies ou à un certain savoir-faire dans une discipline ou un secteur d'industrie.

TECHNOLOGIE ET AUTOMATISATION

Définition des besoins

Production des données

EXPERTISE DES ÉQUIPES

1

2

3

4

5

6

Intégration des données

Analyse des données

Restitution de l'information

Accompagnement

Ipsos est présent sur toute la chaîne de valeur de la donnée : de sa production à l'accompagnement client

ASSURER UNE EXPERTISE POINTUE

SUR L'ENSEMBLE DE NOTRE OFFRE

Pour répondre aux nouveaux besoins de ses clients, Ipsos dispose de plus de 75 services différents regroupés dans 17 Lignes de Services. Cette nouvelle organisation nous permet d'aiguiser nos expertises pour apporter à nos clients des réponses précises à leurs questions, en nous permettant d'être plus spécialisés, rapides et homogènes sur tous les marchés.



CLIENTS & SALARIÉS

CUSTOMER EXPERIENCE

Concevoir, évaluer, développer et gérer des programmes de gestion de l'expérience client.

MYSTERY SHOPPING

Créer et déployer des programmes de visites mystères omnicanales (point de vente, digital, appel) pour mesurer la qualité de l'expérience tout au long du parcours client.

QUALITY MEASUREMENT

Aider les constructeurs automobiles à réduire leurs coûts de fabrication, améliorer la conception et la perception de leurs produits, enfin renforcer la fidélité à leur marque.

RETAIL & CONSUMER INTELLIGENCE

Cerner les facteurs qui orientent les attentes et les comportements des consommateurs pour concevoir des stratégies de vente plus efficaces.

MÉDECINS & PATIENTS

HEALTHCARE

Accompagner tous les acteurs de la santé pour permettre une meilleure prise en charge des patients.

CITOYENS

CORPORATE REPUTATION

Aider les entreprises à tirer le meilleur profit de la valeur de leur réputation, à prendre les bonnes décisions pour l'améliorer ou faire face à des crises ponctuelles.

PUBLIC AFFAIRS

Réaliser des études d'opinion sur des problématiques sociales ou sociétales, publiques et politiques, à destination des médias et de la sphère politique.

CONSOMMATEURS

AUDIENCE MEASUREMENT

Estimer le nombre de personnes exposées à tout type de contenus médias sur tous les canaux.

Dessiner le profil des téléspectateurs, auditeurs ou lecteurs.

BRAND HEALTH TRACKING

Accompagner les clients dans la compréhension de leur propre marque dans leur environnement concurrentiel.

Comprendre les leviers de croissance des marques en intégrant diverses sources d'informations.

CLINICS & MOBILITY LABS

Accompagner les constructeurs de véhicules et les nouveaux acteurs de la mobilité dans l'amélioration de leurs produits, de la phase de construction à la mise sur le marché.

CREATIVE EXCELLENCE

Favoriser le développement des marques en les accompagnant tout au long du processus de création publicitaire.

INNOVATION

Accompagner les clients dans leur stratégie d'innovation sur leurs produits ou services.

IPSOS UU

Permettre d'identifier des insights qualitatifs afin de développer des produits et services pertinents.

IPSOS MARKETING MANAGEMENT & ANALYTICS (MMA)

Réaliser des modèles statistiques de retour sur investissement pour guider les entreprises dans leurs investissements marketing et commerciaux.

MARKET STRATEGY & UNDERSTANDING

Comprendre les marchés et les consommateurs pour identifier les opportunités de croissance.

OBSERVER

Fournir des solutions permettant aux consommateurs, citoyens, mais également à de multiples acteurs des domaines publics ou privés, d'avoir rapidement accès à des données de haute qualité pour réaliser leurs propres analyses.

SOCIAL INTELLIGENCE ANALYTICS

Fournir une vision de l'ensemble des contenus générés spontanément par les consommateurs ou citoyens sur le web, quelle qu'en soit la forme ou la source.

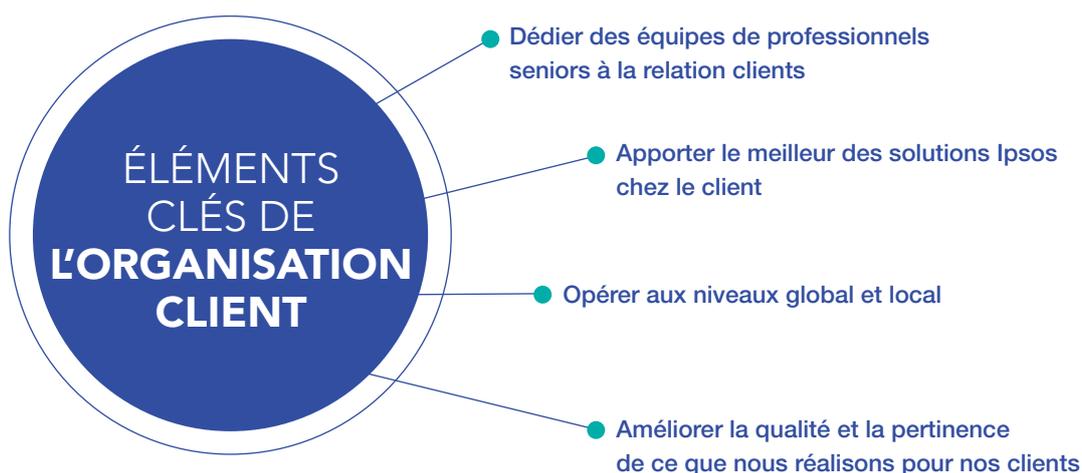
UNE ORGANISATION PLUS CENTRÉE SUR LE CLIENT

Ipsos compte plus de 5 000 clients dans le monde, entreprises ou institutions publiques, nationales ou internationales.

En juillet 2018, Ipsos a mis en place une nouvelle organisation client qui agit globalement et localement.

Les équipes de cette organisation œuvrent de concert pour développer nos activités commerciales

en favorisant l'accès de nos clients à l'ensemble de nos services. Cette nouvelle structure renforce la relation de partenariat en agissant comme un trait d'union entre nos clients et nos équipes, elle permet ainsi de mieux valoriser et combiner les différentes solutions d'Ipsos. Enfin, elle renforce la capacité d'Ipsos à se placer comme un véritable partenaire de ses clients : elle est la voix d'Ipsos chez le client et la voix du client chez Ipsos.



L'ORGANISATION CLIENT GLOBALE

Dès juillet 2018, Ipsos a mis en place sa nouvelle organisation au niveau global. Elle reprend le programme Ipsos Global PartnerRing pour les 19 clients les plus importants d'Ipsos en y ajoutant les laboratoires pharmaceutiques, les constructeurs automobiles et les plateformes digitales.

L'ORGANISATION CLIENT LOCALE

En s'inspirant de sa réussite au niveau global, Ipsos s'est doté d'une organisation locale renforcée. Désormais, 214 professionnels expérimentés répartis sur 45 pays deviennent ses points de contact privilégiés pour répondre localement aux enjeux business de ses clients. Elle travaille en permanence avec toutes les Lignes de Service et apportent des approches spécifiques au contexte client dont elle comprend les défis et parle le langage.

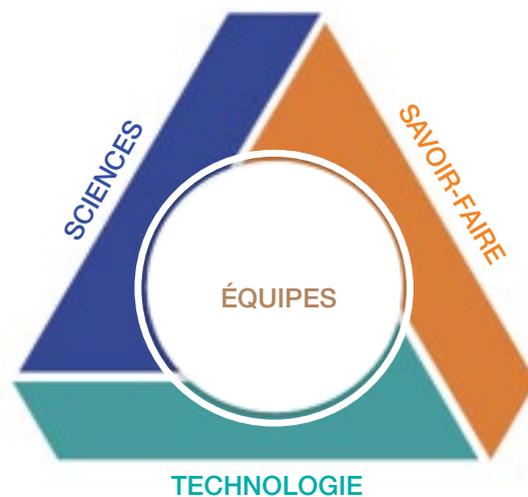
CONJUGUER SCIENCES, SAVOIR-FAIRE ET TECHNOLOGIE

SCIENCES

Nous entretenons et développons une expertise forte dans les domaines scientifiques appliqués aux études dans le but de toujours mieux comprendre les individus qu'ils soient consommateurs, clients, citoyens ou salariés. Nous maîtrisons et appliquons les sciences comportementales et les neurosciences pour renforcer notre compréhension du non-conscient et du non-verbal et améliorer la profondeur de nos analyses.

SAVOIR-FAIRE

Nous possédons un savoir-faire unique fort d'une expérience de plus de 44 ans. Notre dimension internationale, grâce à une forte présence locale dans **90 marchés** et 200 villes, nous assure une meilleure compréhension de la Société, des marchés et des gens.



TECHNOLOGIE

Nous maîtrisons l'ensemble des technologies applicables à nos métiers. Ces technologies permettent le traitement de nouveaux types de données (par exemple celles issues du web et des réseaux sociaux) ou de données comportementales. Nous appliquons notre rigueur scientifique et les technologies de visualisation aux données ainsi extraites.

ÉQUIPES

Composées de près de 18 000 employés, nos équipes sont multiculturelles et formées aux dernières techniques relatives au domaine des études. Elles sont le socle de la réputation d'excellence d'Ipsos pour plus de 5 000 clients tous secteurs confondus, au travers de plus de 60 000 projets exécutés par an. Nos atouts, notre propension à innover sont autant d'éléments qui participent à notre capacité à attirer les talents de demain.

L'EXCELLENCE SCIENTIFIQUE D'IPSOS

La science a toujours fait partie de l'ADN d'Ipsos.

Ainsi, au cours de l'année 2019, Ipsos renforce son activité scientifique et en Recherche et Développement (R&D) : grâce à une nouvelle organisation qui développera et renforcera les pôles d'innovation actuels, en matière de Neurosciences, Sciences Comportementales, Data Science et Intelligence Artificielle, et activera leurs synergies, et ceci avec des compétences académiques additionnelles, des programmes de partenariat universitaires innovants, et des moyens supplémentaires en R&D.



La nouvelle organisation scientifique s'appuiera sur les éléments suivants :

Des équipes constituées de scientifiques reconnus, aux fondements de la nouvelle Science Organisation, elles seront constituées de membres d'académies scientifiques recrutés pour faire d'Ipsos une référence en matière de sciences relatives au secteur des études.

Une entité qui fait le lien entre les dernières évolutions des recherches académiques et les applications possibles de ces recherches au sein d'Ipsos. A la pointe des dernières avancées scientifiques, ces entités développent ainsi des innovations nourries par la science.

Des équipes chargées d'activer ces innovations au sein des Lignes de Services pour mieux servir nos clients.

Elles identifient les attentes et besoins du marché pour assurer un alignement entre les sujets de recherche de la nouvelle *Global Science Organization* et les innovations à déployer.

Des partenariats avec des universités et des institutions académiques ciblées en fonction des besoins définis : deux partenariats ont déjà été initiés, d'une part avec le MIT Innovation Lab de Boston, d'autre part avec la Sorbonne à Paris.

Cette nouvelle organisation est une évolution logique et naturelle pour Ipsos qui s'attache ainsi à fournir à ses clients des enseignements toujours plus pointus, nourris par la science.

AUTRES PUBLICATIONS

Tout au long de l'année, les experts d'Ipsos partagent leur point de vue et leur savoir-faire. Retrouvez l'ensemble des publications d'Ipsos sur le site www.ipsos.com.

WHITE PAPERS



THE ECONOMIC PULSE OF THE WORLD

Une étude mensuelle mesurant l'opinion des citoyens vis-à-vis de la situation économique globale et locale dans 28 pays.



WHAT WORRIES THE WORLD

Une étude mensuelle qui met en lumière les thématiques les plus abordées de l'année dans 28 pays.



LA COLLECTION FLAIR

Chaque année, Ipsos analyse la Société, les consommateurs, les citoyens, les marques et les politiques dans plusieurs pays du monde à travers sa collection, Flair, rédigée par des experts locaux.



PRINCIPAUX ÉLÉMENTS DES COMPTES CONSOLIDÉS

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

<i>En milliers d'euros</i>	Notes	31/12/2018	31/12/2017
Chiffre d'affaires	3	1 749 494	1 780 453
Coûts directs	4.1	(611 119)	(623 787)
Marge brute		1 138 374	1 156 666
Charges de personnel - hors rémunération en actions		(753 464)	(747 500)
Charges de personnel - rémunération en actions	5.8.3	(8 937)	(10 094)
Charges générales d'exploitation		(207 477)	(210 865)
Autres charges et produits opérationnels	4.2	3 922	(5 931)
Marge opérationnelle	3	172 418	182 275
Dotations aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	4.3	(4 380)	(4 668)
Autres charges et produits non courants	4.4	(5 273)	(14 364)
Quote-part dans les résultats des entreprises associées	5.4	587	217
Résultat opérationnel		163 352	163 460
Charges de financement	4.5	(21 281)	(20 380)
Autres charges et produits financiers	4.5	4 980	633
Résultat net avant impôts		147 051	143 713
Impôts - hors impôts différés sur amortissement du goodwill	4.6	(37 078)	(39 118)
Impôts différés sur amortissement du goodwill	4.6	(1 420)	24 482
Impôt sur les résultats	4.6	(38 498)	(14 636)
Résultat net		108 554	129 076
Dont part du Groupe		107 520	128 507
Dont part des participations ne conférant pas le contrôle		1 033	569
Résultat net part du Groupe par action de base (en euros)	4.8	2,48	2,99
Résultat net part du Groupe par action dilué (en euros)	4.8	2,40	2,94

ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE CONSOLIDÉE

<i>En milliers d'euros</i>	Notes	31/12/2018	31/12/2017
ACTIF			
Goodwills	5.1	1 291 077	1 159 352
Autres immobilisations incorporelles	5.2	82 001	59 964
Immobilisations corporelles	5.3	37 890	32 228
Participation dans les entreprises associées	5.4	2 892	916
Autres actifs financiers non courants	5.5	35 021	21 425
Impôts différés actifs	4.6	26 987	21 252
Actifs non courants		1 475 868	1 295 136
Clients et comptes rattachés	5.6	466 119	441 399
Actifs sur contrats	5.13	168 822	176 261
Impôts courants	4.6	16 905	13 517
Autres actifs courants	5.7	78 831	75 802
Instruments financiers dérivés	5.9	500	1 462
Trésorerie et équivalents de trésorerie	5.9	167 834	137 267
Actifs courants		899 011	845 708
TOTAL ACTIF		2 374 878	2 140 844
PASSIF ET CAPITAUX PROPRES			
Capital	5.8	11 109	11 109
Primes d'émission		516 038	516 130
Actions propres		(22 723)	(35 235)
Autres réserves		526 177	441 212
Écarts de conversion		(121 475)	(112 515)
Résultat net - part du Groupe		107 520	128 507
Capitaux propres - part du Groupe		1 016 646	949 208
Participations ne conférant pas le contrôle		18 314	17 290
Capitaux propres		1 034 960	966 498
Emprunts et autres passifs financiers non courants	5.9	729 180	577 432
Provisions non courantes	5.10	4 678	8 964
Provisions pour retraites	5.11	29 715	26 918
Impôts différés passifs	4.6	70 934	66 450
Autres passifs non courants	5.12	22 040	18 183
Passifs non courants		856 547	697 948
Fournisseurs et comptes rattachés		276 266	259 432
Emprunts et autres passifs financiers courants	5.9	13 713	25 527
Impôts courants	4.6	12 153	14 658
Provisions courantes	5.10	4 996	7 189
Passifs sur contrats	5.12 et 5.13	15 656	16 134
Autres passifs courants	5.12	160 588	153 458
Passifs courants		483 372	476 398
TOTAL PASSIF ET CAPITAUX PROPRES		2 374 878	2 140 844

ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉS

En milliers d'euros

	Notes	31/12/2018	31/12/2017
OPÉRATIONS D'EXPLOITATION			
RÉSULTAT NET		108 554	129 076
Éléments sans incidence sur la capacité d'autofinancement			
Amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles		32 698	24 910
Résultat net des sociétés mises en équivalence, nets des dividendes reçus		(609)	(217)
Moins-value (plus-value) sur cessions d'actifs		(9 461)	(43)
Variation nette des provisions		4 074	(511)
Rémunération en actions		8 458	9 549
Autres produits et charges calculés		(1 106)	(778)
Frais d'acquisition de sociétés consolidées		3 930	178
Charge de financement		21 281	20 380
Charge d'impôt		38 498	14 636
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT AVANT CHARGES DE FINANCEMENT ET IMPÔT		206 317	197 182
Variation du besoin en fonds de roulement	6.1.1	3 482	(37 771)
Intérêts financiers nets payés		(18 385)	(21 245)
Impôts payés		(39 697)	(38 975)
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DE L'EXPLOITATION		151 717	99 191
OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	6.1.2	(49 006)	(17 518)
Produits des cessions d'actifs corporels et incorporels		164	285
(Augmentation) / diminution d'immobilisations financières		5 216	(1 201)
Acquisitions de sociétés et d'activités consolidées nettes de trésorerie acquise	6.1.3	(152 479)	(2 212)
FLUX DE TRÉSORERIE AFFECTÉS AUX OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT		(196 105)	(20 647)
OPÉRATIONS DE FINANCEMENT			
Augmentation / (Réduction) de capital		-	-
(Achats) / Ventes nets d'actions propres		1 219	6 399
Augmentation des emprunts à long terme		603 286	700 272
Diminution des emprunts à long terme		(481 034)	(753 587)
Augmentation / (diminution) des découverts bancaires		567	86
Rachats de participations ne conférant pas le contrôle	6.1.3	(9 125)	(12 785)
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère		(37 831)	(36 414)
Dividendes versés aux participations ne conférant pas le contrôle des sociétés intégrées		(857)	-
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES OPÉRATIONS DE FINANCEMENT		76 225	(96 030)
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE		31 837	(17 485)
Incidence des variations des cours des devises sur la trésorerie		(1 269)	(10 140)
TRÉSORERIE À L'OUVERTURE		137 267	164 892
TRÉSORERIE À LA CLÔTURE		167 834	137 267

GOUVERNANCE ET STRUCTURE ACTIONNARIALE

CONSEIL D'ADMINISTRATION ⁽¹⁾

Monsieur Didier Truchot, Président directeur général
 Monsieur Patrick Artus
 Madame Mary Dupont-Madinier
 Madame Florence von Erb
 Madame Jennifer Hubber, Chief Client Officer
 Monsieur Neil Janin
 Monsieur Henry Letulle
 Madame Anne Marion-Bouchacourt
 Madame Sylvie Mayou, Senior Client Officer
 Madame Eliane Rouyer-Chevalier
 Madame Laurence Stoclet, Directeur général délégué, finances et fonctions support

COMITÉ EXÉCUTIF ⁽¹⁾

Monsieur Didier Truchot	<i>Ipsos Chairman & CEO</i>
Monsieur Darrell Bricker	<i>CEO Public Affairs</i>
Monsieur Christophe Cambournac	<i>CEO Asia-Pacific, Middle-East North Africa & Sub-Saharan Africa</i>
Monsieur Alain Couttolenc	<i>Chief Development Officer</i>
Madame Lauren Demar	<i>Deputy CEO Ipsos Marketing</i>
Madame Perrine Dufros	<i>Chief Talent Officer</i>
Monsieur Shane Farrell	<i>CEO Europe, Middle East & Africa</i>
Monsieur Ralf Ganzenmueller	<i>Service Lines Chairman</i>
Madame Sheryl Goodman	<i>Group General Counsel</i>
Monsieur Alex Gronberger	<i>CEO, Latin America</i>
Madame Jennifer Hubber	<i>Chief Client Officer Ipsos</i>
Monsieur Pierre Le Manh	<i>Ipsos Deputy CEO, Chairman and CEO North America</i>
Monsieur Lifeng Liu	<i>Chairman and CEO China</i>
Monsieur Dean Luker	<i>Corporate Development Director</i>
Monsieur Hamish Munro	<i>CEO Ipsos Interactive Services / Ipsos Operations</i>
Monsieur Ben Page	<i>CEO UK & Ireland</i>
Monsieur Neville Rademeyer	<i>Global CIO</i>
Madame Laurence Stoclet	<i>Ipsos Deputy CEO, Group Chief Financial Officer</i>
Monsieur Carlo Stokx	<i>CEO Western Continental Europe, Chief of Innovation & Technology</i>
Madame Najat Vallaud-Belkacem	<i>CEO Global Affairs</i>
Monsieur Henri Wallard	<i>Ipsos Deputy CEO</i>
Madame Helen Zeitoun	<i>Group Associate Director, Country Manager Ipsos in France & CEO Ipsos Science Organisation</i>

(1) Au 28 mai 2019

CAPITAL SOCIAL ET DROITS DE VOTE D'IPSOS SA AU 31 DÉCEMBRE 2018

	Nombre d'actions	% Actions	Nombre de droits de vote	% de droits de vote
DT & Partners	4 406 988	9,92 %	8 813 976	17,94 %
Didier Truchot	266 367	0,60 %	521 313	1,06 %
Public*	37 661 122	84,75 %	37 883 558	77,12 %
Salariés**	1 218 834	2,74 %	1 902 736	3,88 %
<i>Dont FCPE et Plan d'épargne Groupe</i>	<i>23 798</i>	<i>0,05 %</i>	<i>46 966</i>	<i>0,10 %</i>
Auto-détention	882 924	1,99 %	0	0,00 %
<i>Dont contrat de liquidité</i>	<i>34 979</i>	<i>0,08 %</i>	<i>0</i>	<i>0,00 %</i>
Total	44 436 235	100,00 %	49 121 583	100,00 %

* Etant précisé que compte tenu des franchissements de seuils communiqués durant l'exercice (voir ci-dessous), au 31 décembre 2018, trois fonds d'investissement détenaient plus de 5 % du capital d'Ipsos SA.

** La participation des salariés au sens de l'article L. 225-102 du Code de commerce est de 1 % au 31 décembre 2018.

POUR EN SAVOIR PLUS

Retrouvez toutes les publications du groupe Ipsos sur le site www.ipsos.com

Document de référence

Pour consulter ou télécharger le Document de référence 2018, rendez-vous sur
La section Investisseurs, Analystes & Actionnaires

Actualités

L'actualité du Groupe est disponible sur
La section Investisseurs, Communiqués de presse

Contacts relations investisseurs

Laurence Stoclet : Directeur général délégué, finances et fonctions support
Antoine Lagoutte : Directeur financier adjoint
Simon Derbanne : Responsable relations investisseurs

Suivez le groupe Ipsos sur Twitter et LinkedIn



Ipsos



@_Ipsos

Ipsos

35, rue du Val de Marne - 75013 Paris - France
ipsoscommunications@ipsos.com

Édité par : Direction financière Ipsos

Directeur de la publication : Laurence Stoclet, Directeur général délégué,
finances et fonctions support

Crédits photos : Getty images, Adobe Stock, iStock, Shutterstock

Création et réalisation : ●● ETHANE. Mai 2019

Chez Ipsos,

nous sommes passionnément curieux 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*.

GAME CHANGERS

