

Premier trimestre 2021 : Mieux qu'un rebond

Chiffre d'affaires 1^e trimestre : 466,3 millions d'euros

Croissance organique : +14,1%

Croissance totale : +8,8%

Paris, le 22 avril 2021 – Au premier trimestre 2021 le chiffre d'affaires d'Ipsos s'établit à 466,3 millions d'euros, soit 8,8% de plus qu'en 2020 et 10,5% de plus qu'en 2019.

Les effets de change sont importants, ils diminuent le niveau du revenu de la compagnie à hauteur de -5,7% reflétant la baisse de la valeur de la plupart des monnaies des pays émergents et également celle du dollar américain vis-à-vis de l'euro. Les effets de périmètre sont faibles (+0,4%).

A taux de change et périmètre constants, la croissance organique d'Ipsos au premier trimestre est de 14,1%. Le premier trimestre 2020 portait déjà les stigmates de la crise épidémique mondiale. Certaines régions chinoises avaient été confinées à partir de janvier 2020. L'Italie s'est fermée au début du mois de mars, avant que la France et d'autres pays européens adoptent eux aussi des dispositions très restrictives quelques jours plus tard. La mise en place de mesures similaires sur les autres continents, y compris aux Amériques, est intervenue selon les pays, à la fin du mois de mars ou au mois d'avril. Le « grand confinement » a stoppé la croissance d'Ipsos.

Pour les trois premiers mois de 2020, l'activité était restée stable par comparaison avec la même période de 2019 en raison, comme nous l'avions souligné à l'époque, de deux bons mois en janvier et février et d'un mauvais mois de mars. L'activité d'Ipsos au premier trimestre de 2021 a crû en organique de plus de 14% par rapport aux mêmes périodes de 2019 et 2020 grâce à un très bon mois de mars. Ceci explique cela.

ÉVOLUTION DE L'ACTIVITÉ PAR RÉGION

En millions d'euros	Chiffre d'affaires T1 2021	Contribution	Evolution T1 2021 / T1 2020	Croissance organique
EMEA	234,5	50%	24,8%	28%
Amériques	154,6	33%	-7,7%	0,5%
Asie-Pacifique	77,2	17%	5,4%	9%
Chiffre d'affaires annuel	466,3	100%	8,8%	14,1%

Les évolutions par région reflètent le déroulement de la pandémie. Les régions touchées le plus tôt sont également celles qui rebondissent avec le plus de vigueur, pour autant qu'elles maîtrisent la contagion.

En Asie, la croissance d'Ipsos est de 9%, tirée par d'excellentes performances en Chine et un peu freinée par une activité qui reste insuffisante en Asie du Nord, en Australie et à Hong-Kong. L'Asie est, au total, la seule région où l'activité d'Ipsos est, en 2021, un peu inférieure à ce qu'elle était en 2019.

Dans les Amériques, l'activité avait progressé en 2020 (+4%). Elle s'est stabilisée en 2021, elle est meilleure au Nord qu'au Sud. Les revenus d'Ipsos en Amérique Latine ne retrouveront, malgré des signes encourageants, un niveau satisfaisant et ne reprendront leur croissance qu'à la condition que la situation sanitaire s'améliore.

Enfin, la zone EMEA est, elle, en territoire très positif. Sa croissance est de 24,8% au total et de 28% en organique. Tous les marchés connaissent une croissance à deux chiffres à l'exception de l'Europe Centrale et de l'Europe de l'Est qui ne progressent « que » de 7,5%. En Europe de l'Ouest en particulier, mais aussi, à une échelle plus limitée, au Proche et au Moyen-Orient et dans la plupart des pays d'Afrique, Ipsos est bien placé pour bénéficier de la reprise de la demande des entreprises privées commerciales et simultanément de l'explosion des besoins en informations des institutions publiques, notamment celles qui sont engagées dans la lutte contre la Covid-19.

ÉVOLUTION DE L'ACTIVITÉ PAR AUDIENCE

En millions d'euros	Chiffres d'affaires T1 2021	Contribution	Evolution T1 2021 / T1 2020	Croissance organique
Consommateurs ¹	203,5	44%	4,9%	12%
Clients et salariés ²	89,3	19%	-15,7%	-11,5%
Citoyens ³	94,1	20%	43,9%	49%
Médecins et patients ⁴	79,4	17%	25,5%	27,5%
Chiffre d'affaires annuel	466,3	100%	8,8%	14,1%

Répartition des Lignes de Service par segment d'audience :

1- Brand Health Tracking, Creative Excellence, Innovation, Ipsos UU, Ipsos MMA, Market Strategy & Understanding, Observer (excl. public sector), Social Intelligence Analytics

2- Automotive & Mobility Development, Audience Measurement, Customer Experience, Channel Performance (including Retail Performance and Mystery Shopping), Media development, Capabilities

3- Public Affairs, Corporate Reputation

4- Pharma (quantitative et qualitative)

L'évolution de l'activité par audience reflète ce double mouvement. Les chiffres d'affaires générés par les services qui étudient les personnes en tant que citoyens et patients évoluent très favorablement. Les Etats, les organisations non-gouvernementales et institutions internationales engagés dans le combat contre l'épidémie nourrissent un flux continu de demandes de mesures et d'informations de différentes natures. Les laboratoires pharmaceutiques, qu'ils interviennent ou non dans la lutte contre la Covid-19 sont eux aussi très actifs.

Les services qualifiant les personnes comme consommateurs retrouvent leur élan, trimestre après trimestre. Le revenu d'Ipsos relié à cette audience avait légèrement fléchi l'année dernière. Le retard, enregistré en 2020, par rapport au potentiel de croissance à moyen terme de notre compagnie est aujourd'hui résorbé.

En fin de compte, les seuls services qui restent en décroissance sont ceux qui concernent les services relatifs aux clients et salariés. Ils étaient déjà à la peine en 2020 pour des raisons techniques et sectorielles. Dans ce segment, plusieurs des services d'Ipsos nécessitent un contact physique entre, par exemple, des enquêteurs et des lieux. Ils sont, par conséquent, beaucoup moins utilisables en ce moment compte tenu de la poursuite de politiques sanitaires restrictives. Par ailleurs, un nombre important d'entreprises qui s'intéressent à ces audiences interviennent dans des secteurs tels que les transports, l'hôtellerie, la restauration ou le tourisme qui, évidemment, n'ont toujours pas retrouvé leur niveau d'activité pré-Covid-19. Ici, les échéances du retour aux niveaux de revenu pré-Covid-19 sont difficiles à préciser.

AUTRES ELEMENTS DESCRIPTIFS DES CONDITIONS D'EXERCICE DE L'ACTIVITE AU COURS DU PREMIER TRIMESTRE

La rentabilité est en ligne par rapport aux objectifs de l'année et en hausse significative par rapport à la même période de l'an dernier. En mars 2020, la brutalité de cette chute d'activité ne nous avait pas permis de réduire immédiatement nos coûts dans des proportions similaires car ils sont en partie fixes et étaient proportionnés à la croissance prévue jusque-là pour l'année 2020. Par ailleurs, le plan d'économies mis en place pour faire aux impacts de la pandémie continue de porter ses fruits. Sur l'ensemble de 2021, c'est environ 20 millions d'économies par rapport aux dépenses d'exploitation de 2019 qui devraient être enregistrées.

La génération de trésorerie libre d'exploitation est également en ligne avec les prévisions et particulièrement élevée en raison du bon niveau des ventes à la fin de l'année 2020, qui se sont matérialisées en encaissements sur ce trimestre.

La société a investi environ 5 millions d'euros en procédant à deux acquisitions (Fistnet - DotMetrics et MGE Data) et au rachat d'intérêts minoritaires en Croatie et Serbie au cours du premier trimestre. Les deux nouvelles sociétés sont intégrées dans les comptes consolidés à compter du 1er janvier 2021.



COMMUNIQUE DE PRESSE

Le ratio d'endettement net au 31 mars 2021 s'établit à 20%, en baisse par rapport aux 31% enregistrés au 31 décembre 2020 et aux 47% du 31 mars 2020.

La société possède une bonne liquidité avec 327 millions d'euros de trésorerie et environ 300 millions d'euros de facilités bancaires non utilisées, lui permettant de faire face à ses échéances de dette de 2021 et 2022.

PERSPECTIVES 2021

Définir des perspectives est toujours un exercice difficile, notamment pour les entreprises, qui, à l'image d'Ipsos, gèrent un portefeuille diversifié de produits et / ou de services dans un grand nombre de marchés. Le contexte joue toujours un rôle majeur et explique une part importante de la performance. D'habitude, l'évolution de ce contexte politique, économique, financier et sociétal est, sinon prévisible, du moins gérable car elle s'inscrit dans des bornes rarement dépassées. Il a fallu une crise financière majeure en 2008 / 2009 pour stopper sans préavis la croissance de beaucoup de marchés pendant plusieurs trimestres consécutifs. La pandémie de Covid-19 est un phénomène plus brutal, plus long, plus sinusoïdal que la « grande récession » de 2009. Les exercices de prévision sont délicats.

La vaccination de masse est à ce jour la seule solution qui permet de combattre avec succès la Covid-19 et ses multiples variants. La difficulté est, bien sûr, que les perspectives de vaccination massive font malheureusement face à de nombreux obstacles : les variants, l'efficacité, et aussi la sécurité des vaccins, leur disponibilité pour le plus grand nombre, y compris dans les pays les plus peuplés et les moins développés et, enfin, l'appétence ou l'acceptation des personnes à se faire vacciner, notamment lorsque des doutes à propos de leur dangerosité se propagent dans l'opinion. La pandémie aura-t-elle une fin ? Oui, évidemment. A quelle échéance ? Nous ne le savons pas. Les seules bonnes questions sont plutôt : comment les différents pays, leurs citoyens et leurs entreprises vont-ils fonctionner en attendant le jour où le mot « fin » signifiera l'issue positive et définitive de la lutte contre la Covid-19 ? Comment Ipsos s'organise dans cette période intermédiaire pour répondre aux besoins d'information de ses clients, qu'ils soient des entreprises commerciales, institutions publiques et non-gouvernementales ?

En 2020, Ipsos a réussi à contrôler ses coûts et aussi à s'adapter rapidement à cette crise imprévue et massive. Notre action a consisté à travailler sur les différents termes de l'équation qui permettent à Ipsos de réussir mieux que d'autres. Notre compagnie a renforcé ses liens avec ses clients et adapté ses solutions afin qu'elles soient simples à mettre en œuvre et porteuses d'informations sûres, pertinentes, faciles d'utilisation et aussi actuelles que possible. Avant tout, notre compagnie a multiplié les initiatives pour que ses salariés et partenaires se sentent soutenus, inclus et associés à ses succès. Ipsos est une société indépendante et projette de le rester. Ipsos est une compagnie qui a défini sa raison d'être : « Délivrer des informations fiables, qui apportent une vraie



COMMUNIQUE DE PRESSE

compréhension de la Société, des Marchés et des Individus » et entend y être fidèle. Nous sommes convaincus que nos capacités, nos solutions, nos expertises, notre réputation, nos investissements dans des sociétés partenaires et dans des solutions technologiques nouvelles, notre insistance à promouvoir l'idée que, seule la qualité des informations et les voies pour les rendre compréhensibles, sont des atouts incomparables dans la période actuelle et dans les temps agités qui suivront la fin de la pandémie.

La demande qui nous est adressée est forte depuis l'automne dernier. Notre performance du premier trimestre 2021 est excellente. Elle est la combinaison positive entre une demande privée forte et une demande publique très vigoureuse et exceptionnelle en partie parce que directement liée à la gestion de l'épidémie. A ce jour, notre carnet de commandes est lui aussi élevé. Par conséquent, malgré les inévitables incertitudes liées à la situation sanitaire et à ses conséquences sur la société, l'activité économique et plus généralement la stabilité sociale, Ipsos est en position de faire mieux en termes de chiffre d'affaires qu'en 2020 et aussi qu'en 2019. La croissance de son activité devrait s'accompagner d'une amélioration de son taux de marge opérationnelle par rapport à 2020.

À PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième institut de sondage au monde, présent dans 90 marchés et comptant plus de 16 000 collaborateurs.

Nos chercheurs, analystes et scientifiques sont passionnément curieux et ont développé des capacités multi-spécialistes qui permettent de fournir des informations et des analyses poussées sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des employés. Nos 75 solutions s'appuient sur des données primaires provenant de nos enquêtes, de notre suivi des réseaux sociaux et de techniques qualitatives ou observationnelles.

Notre signature « Game Changers » résume bien notre ambition d'aider nos 5 000 clients à évoluer avec confiance dans un monde en rapide évolution.

Créé en France en 1975, Ipsos est coté à l'Euronext Paris depuis le 1^{er} juillet 1999. L'entreprise fait partie des indices SPF 120 et Mid-60 et est éligible au service de règlement différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP www.ipsos.com