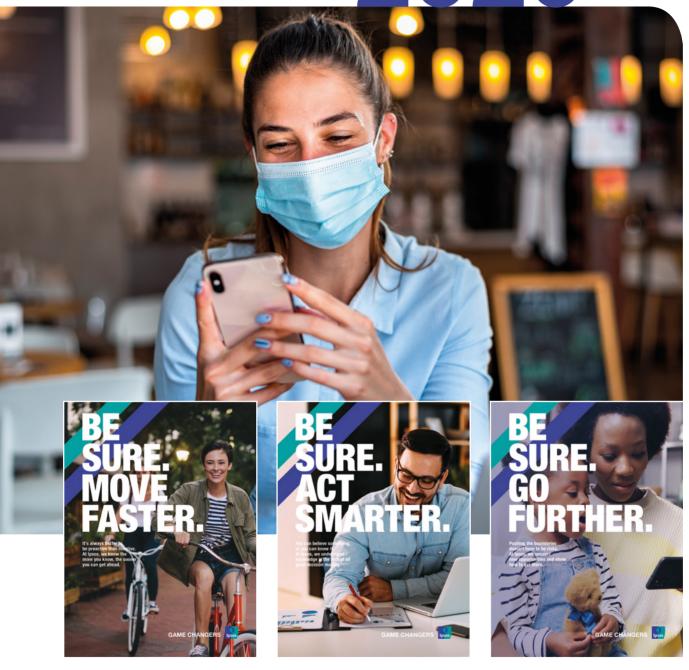
ÉCLAIRAGES 2020







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

Document d'Enregistrement Universel

Pour consulter ou télécharger le Document d'Enregistrement Universel, rendez-vous sur la section Investisseurs, Analystes & Actionnaires

Actualités

L'actualité du Groupe est disponible sur la section Investisseurs

Contacts relations investisseurs

Laurence Stoclet : Directeur Général Délégué et Directeur Financier

Antoine Lagoutte : Directeur financier adjoint François Malin : Responsable relations investisseurs

Suivez le groupe Ipsos sur Twitter et LinkedIn



Insos



@_lpso

SOMMAIRE

04	MESSAGE DU PRÉSIDENT
06	RETOUR SUR LE DÉVELOPPEMENT D'UN LEADER MONDIAL
08	UNE OFFRE COMPLÈTE POUR COMPRENDRE LA SOCIÉTÉ, LES MARCHÉS ET LES INDIVIDUS
09	DÉVELOPPER DE NOUVEAUX SERVICES AU PLUS PRÈS DES BESOINS CLIENTS
10	MOBILISER TOUT IPSOS POUR FAIRE FACE À LA PANDÉMIE
11	RÉPONDRE AUX NOUVELLES INTERROGATIONS DE NOS CLIENTS
12	RENFORCER L'UTILISATION DE NOS PLATEFORMES
13	PROTÉGER, ENGAGER ET ÊTRE UN ACTEUR DU DÉVELOPPEMENT DE NOS EMPLOYÉS
14	POURSUIVRE UNE POLITIQUE D'ACQUISITIONS AMBITIEUSE
15	CONJUGUER SCIENCES, SAVOIR-FAIRE ET TECHNOLOGIE
16	DIFFUSER NOTRE SAVOIR À TRAVERS L'IPSOS KNOWLEDGE CENTRE
18	NOS ENGAGEMENTS RSE
20	5 VALEURS FONDAMENTALES POUR RASSEMBLER NOS COLLABORATEURS
21	GOUVERNANCE ET STRUCTURE ACTIONNARIALE
00	PRINCIPAUX ÉLÉMENTS DES COMPTES

CONSOLIDÉS

FAIRE PREUVE DE RÉSILIENCE ET D'AGILITÉ



Au début de 2020, alors que la Chine fermait ses frontières et que l'Europe rentrait peu à peu dans le « Grand Confinement », rien ne laissait présager qu'Ipsos obtiendrait des résultats aussi positifs en fin d'année. Notre chiffre d'affaires en 2020 a atteint 1 837,4 millions d'euros, en recul de seulement 6,5%, et nous avons enregistré une croissance positive au 4ème trimestre (+1,4%). Notre résultat opérationnel

a progressé et notre endettement a fortement reculé. Cette performance, plus que convenable compte tenu du contexte, est le fruit de l'engagement constant de nos collaborateurs, de la confiance accrue de nos clients et de la performance des solutions que nous mettons à leur disposition.

Pendant cette période, Ipsos a œuvré pour une meilleure compréhension des impacts et de l'essor de la pandémie.

Dans ce contexte incertain, la raison d'être d'Ipsos, «délivrer des informations fiables, qui apportent une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Individus» prenait tout son sens.

Face aux évolutions rapides des comportements, des opinions et des motivations des individus, nos clients avaient besoin d'un partenaire fiable, capable de les aider à comprendre rapidement ces changements. Nous avons adapté nos solutions et sélectionné les plus pertinentes pour délivrer les informations qui leur permettent de prendre des décisions avec le plus haut niveau de certitude. Ils ont reconnu notre engagement et Ipsos a enregistré un indice de satisfaction client inégalé, atteignant 9/10 en moyenne pour les études menées en 2020.

Nos collaborateurs sont la clé de notre succès. Protéger leur santé et leur donner les outils pour accomplir leur travail était une première priorité, mais il était tout aussi essentiel qu'ils continuent à se développer personnellement et professionnellement et qu'ils puissent traverser la crise dans d'aussi bonnes conditions que possible.

En 2020, nous avons enrichi notre offre de formation, notamment par des modules sur la résilience et la gestion des émotions. Nos collaborateurs ont suivi 10% de formations de plus qu'en 2019.

Depuis la fin de 2020, Ipsos s'inscrit dans une dynamique de croissance. D'une part, nous continuons à développer et à investir dans nos capacités technologiques. Par la promotion active de plateformes qui permettent de produire et d'analyser beaucoup plus vite et avec davantage de souplesse de grandes quantités de données. Puis par l'usage accru des sciences des données, de l'intelligence artificielle et des systèmes d'analyse contextuelle des données non-structurées. D'autre part, nos acquisitions récentes de FistNet DotMetrics, MGE Data et Intrasonics en 2021 permettent à Ipsos de renforcer son offre et son positionnement sur la mesure d'audience.

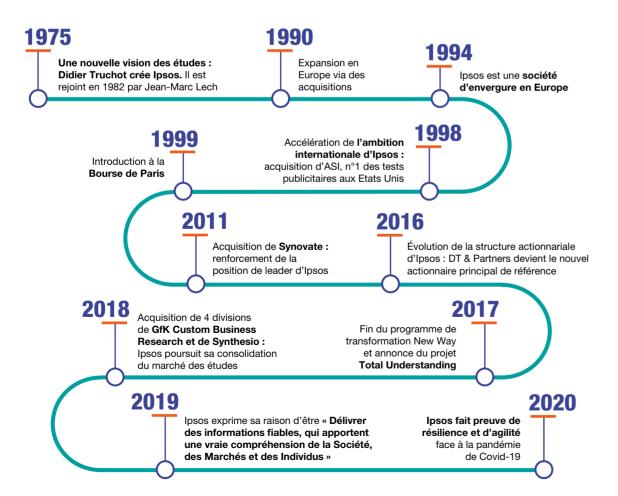
Somme toute, Ipsos sera sorti renforcé de cette crise. Elle a été l'occasion d'accélérer des transformations déjà engagées et essentielles, notamment en matière de technologie. Elle nous conforte également dans notre conviction que l'information, lorsqu'elle est obtenue, analysée et communiquée avec rigueur et clarté, est la meilleure alliée des décideurs que nous appuyons.

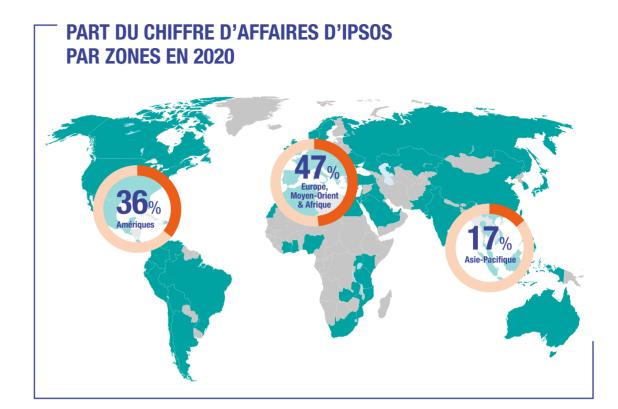
Didier TRUCHOT,
Président Directeur Général d'Ipsos

04 // Ipsos I Éclairages 2020 // **05**

RETOUR SUR LE DÉVELOPPEMENT D'UN LEADER MONDIAL

Créé en 1975, Ipsos est + 16 000 90 +5000le 3° acteur mondial collaborateurs des études de marché et d'opinion publique. Panels dans Sa raison d'être : délivrer plus de 16 millions des informations fiables 100 pavs interviews offline qui apportent une vraie compréhension de la dont panels propriétaires dans 27 millions Société, des Marchés 65 pavs et des Individus. interviews online







Société / CA 2020 (En milliards de \$ US)

1 Nielsen / 6,29 2 Kantar / 3,4 3 Ipsos / 2,24 4 GfK / 1,60 -

(1) Sources : publications sociétés, taux de change au 31 décembre 2020, GfK : rapport ESOMAR 2019, hors IQVIA

IPSOS FIGURE DANS LE TOP 4 DES PRINCIPAUX PAYS OÙ IL EST PRÉSENT (2)

Canada Suisse Turquie Singapour

Royaume-Uni France Russie

Chine Italie Brésil Mexique Nigeria

Afrique du Sud

Etats-Unis Allemagne Australie Inde Corée du Sud

Pays-Bas

(2) Estimés de la société, hors IQVIA

UNE OFFRE COMPLÈTE POUR COMPRENDRE LA SOCIÉTÉ, LES MARCHÉS ET LES INDIVIDUS

Ipsos propose plus de 75 services, organisés autour de 15 lignes d'expertise pour apporter des informations fiables qui permettent à nos clients de prendre les bonnes décisions. Parfois combinés, ces services nous permettent de réaliser des études personnalisées, au plus proche de leurs besoins.



CLIENTS

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

AUTOMOTIVE AND MOBILITY DEVELOPMENT

Aider les constructeurs automobiles et les nouveaux acteurs de la mobilité à optimiser toutes les phases de développement de véhicules, de la construction à la mise sur le marché.

CUSTOMER EXPERIENCE

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

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.



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



CONSOMMATEURS

BRAND HEALTH TRACKING

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

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

CREATIVE EXCELLENCE

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

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

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

IPSOS MARKETING MANAGEMENT & ANALYTICS

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 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.

DÉVELOPPER DE NOUVEAUX SERVICES AU PLUS PRÈS DES BESOINS CLIENTS



Dans un contexte de transformations profondes des entreprises et institutions, Ipsos s'attache à faire évoluer son offre afin de proposer à ses clients des connaissances précises et pertinentes leur permettant de prendre des décisions informées. Ainsi, les nouveaux services représentent 20 % du chiffre d'affaires d'Ipsos, contre 7 % en 2014, au moment de leur lancement. Ils s'articulent autour de quatre catégories :

MESURER AUTREMENT en analysant de

nouvelles sources de données comme les mesures passives ou l'analyse précise de données publiées sur les réseaux sociaux à travers la plateforme Synthesio.

REEL pour accélérer davantager l'accès aux résultats de nos études ; notamment par le développement de la plateforme d'étude Do It Yourself Ipsos. Digital qui permet d'obtenir des résultats d'enquête en moins de 24h.

ANALYSER LES DONNÉES À FORTE VOLUMÉTRIE en intégrant

des technologies, capables de traiter un nombre important de données structurées et non-structurées avec fiabilité et rapidité.

AVOIR LES DONNÉES EN TEMPS

PROPOSER DES SERVICES AUTOUR DE L'ACCOMPAGNEMENT CLIENTS

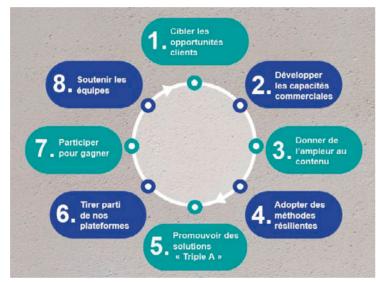
pour aller au-delà et être le partenaire de nos clients de la compréhension de leurs besoins à leur prise de décision de sa compréhension à la prise de décision.

MOBILISER TOUT IPSOS POUR FAIRE FACE À LA PANDÉMIE

L'année 2020 a été placée sous le signe du changement. La pandémie qui a frappé le monde a provoqué des perturbations dans les comportements des individus, qu'ils soient consommateurs, citoyens, patients ou salariés. Afin de comprendre ces évolutions et permettre à nos clients de prendre des décisions en toute confiance, Ipsos dû s'adapter à cette nouvelle réalité et a mis en place dès le mois d'avril un projet appelé Call to Action à horizon fin

Cette initiative est une réponse tactique et à court terme à la crise. une façon de s'adapter à la situation et aux besoins de nos clients dans ces circonstances inédites. Ce programme mobilise l'ensemble d'Ipsos et se structure autour de 8 piliers : «Cibler les opportunités clients», «Développer les capacités

commerciales». « Donner de l'ampleur au contenu». «Adopter des solutions «Triple A», «Tirer parti de nos plateformes», «Participer pour gagner» et «Soutenir les équipes». Ce projet s'appuie sur les fondamentaux robustes établis par le plan Total Understanding en 2018.



ÊTRE LE PARTENAIRE PRIVILÉGIÉ DE **NOS CLIENTS**

Ipsos compte plus de 5 000 clients dans le monde, entreprises ou institutions publiques, nationales ou internationales. Le Groupe leur dédie une organisation spécifique, un partenaire privilégié, à l'écoute de

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 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

Dans ce contexte inédit, ce rôle a été essentiel pour favoriser la collaboration avec nos clients par des actions quotidiennes:

Identifier

avec eux. les méthodes et solutions les plus adaptées pour leurs études :

Diffuser et partager de facon continue les plus récents savoirs d'Ipsos via nos publications et webinaires:

Créer

des moments d'échanges entre pairs animés par nos experts.

En 2020, la satisfaction client d'Ipsos atteint un sommet inégalé

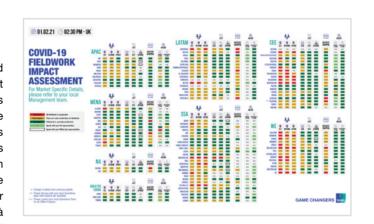
8,3/10 satisfaction globale annuelle

9/10 satisfaction moyenne par étude

RÉPONDRE AUX NOUVELLES INTERROGATIONS DE NOS CLIENTS

ADOPTER DES MÉTHODES **DE COLLECTE RÉSILIENTES**

Au début de l'année et pendant le Grand Confinement, il fallait complétement redessiner nos interactions avec les interviewés. Quand il fallait faire face à des contraintes de distanciation plus fortes dans un marché donné, nos modes de collecte se sont adaptés en temps-réel avec la pandémie. Que ce soit en ligne, par téléphone, par courrier ou en face-à-face, Ipsos a continué à collecter des données qualitatives et



quantitatives à travers les méthodes les plus pertinentes, dans le respect des normes sanitaires en vigueur. Dans les disruptions de 2020, nous avons conçu de nouvelles pratiques en termes de collecte de données notamment à travers l'utilisation d'un mix des modes de collecte. Cette méthodologie a pour but de capitaliser davantage sur les méthodes digitales à moindre coûts pour améliorer la rapidité et la fiabilité des résultats.

+15% d'interviews réalisées en ligne en 2020

IDENTIFIER LES SOLUTIONS CLÉS POUR AIDER LES CLIENTS À FAIRE FACE À LA CRISE

En période de crise sanitaire, le besoin d'avoir accès à des informations fiables et actualisées, délivrées rapidement, était d'autant plus essentiel. Ipsos a identifié parmi ces 75 solutions, les solutions « Triple A »: celles considérées comme les plus Agiles, Appropriées et Accessibles (Appropriate, Agile, Affordable).

APPROPRIATE

Délivrer des informations qui répondent au mieux aux interrogations de nos clients

AGILE

En utilisant des solutions rapides, faciles d'utilisation et digitales

AFFORDABLE

Prenant en compte les contraintes budgétaires de nos clients.

Les solutions « Triple A » répondent à plusieurs besoins :

Comprendre et suivre la pandémie en temps-réel

Continuer à délivrer des insights qualitatifs grâce au digital

Innover

Communiquer avec agilité

Comprendre et Réaliser des études répondre aux en autonomie besoins des (DIY) consommateurs

RENFORCER L'UTILISATION DE NOS PLATEFORMES

Ipsos continue de développer ses capacités technologiques et de déployer ses plateformes. Avec l'accroissement de la digitalisation dans tous les domaines pendant la crise sanitaire, quatre plateformes technologiques phares ont été particulièrement mises en avant.

Ipsos.Digital Permettre aux clients de mener leurs propres études

Lancée en 2020, **Ipsos.Digital** est une plateforme clé pour lpsos pendant la pandémie, grâce à sa capacité à délivrer des résultats en ligne sans contraintes liées à la situation sanitaire. En effet, elle permet de mener des enquêtes de façon autonome ou assistée par des experts. En mettant à disposition des clients les capacités technologiques et opérationnelles d'Ipsos, ils sont en mesure de réaliser leurs propres enquêtes. Cela leur permet de réaliser des études ciblées et d'obtenir des résultats fiables, en un laps de temps très court et à un prix compétitif.

Simstore Simuler l'impact des actions marketing de nos clients dans les surfaces de vente

A travers **Simstore**, le consommateur est plongé dans un environnement entièrement virtuel qui reproduit différents canaux de vente : des linéaires à un magasin entier en passant par l'interface de sites e-commerce. La plateforme analyse le comportement du testeur et établit un rapport détaillé qui permet aux clients d'Ipsos de se lancer dans la commercialisation de nouveaux produits avec certitude, à moindre coûts et rapidement.

Communities

Gérer des communautés de longue durée permettant des analyses quantitatives et qualitatives

Communitiesest uneplateformequi combineplusieurssolutionspour la recherche.Cesespacesd'échangecoconstruitsavec nos

clients sont constitués de questionnaires, de visio-conférences pour les focus groups et d'espaces d'idéation dans lesquels les consommateurs peuvent s'exprimer et partager leurs opinions autour d'un concept, une idée ou un produit. Cette plateforme a joué un rôle important en 2020, car elle a été en mesure de fournir à nos clients des informations approfondies et des échanges authentiques avec leurs consommateurs.

Synthesio Analyser les données des réseaux sociaux

Synthesio est une solution d'écoute sociale qui analyse et étudie les conversations sur les réseaux sociaux. En associant la richesse des données sociales avec de fortes capacités d'analyse et de gestion de tableaux de bord, cette plateforme est un outil essentiel à la compréhension des comportements des individus. Associée à notre expertise d'analyse de données issues des réseaux sociaux (Social Intelligence Analytics), elle permet d'avoir une meilleure connaissance des individus, de leurs interrogations, mais aussi leurs attentes. Cette plateforme a la capacité de se connecter à des outils de CRM et de combiner les données internes de nos clients à celles collectées par Synthesio pour une compréhension encore plus approfondie de leurs cibles.



PROTÉGER, ENGAGER ET ÊTRE UN ACTEUR DU DÉVELOPPEMENT DE NOS EMPLOYÉS

Les équipes d'Ipsos sont un pilier essentiel à sa réussite, par leur savoir-faire, leur expertise et leur engagement. En 2020, leur résilience

et leur santé physique et mentale étaient au cœur de nos préoccupations pour les aider à surmonter les défis personnels et professionnels posés par la pandémie.

Un engagement pour favoriser le développement et la résilience de nos collaborateurs

Fournir tout le soutien nécessaire au bien-être au travail de nos équipes, y compris en matière de santé mentale

Assurer un environnement de travail sécurisé.

Donner accès à un support psychologique à tous les collaborateurs qui en expriment le besoin.

Organiser des initiatives destinées à développer le sentiment d'appartenance et à garder le lien en créant des opportunités de partage et de collaboration. 2

Développer la résilience personnelle des collaborateurs et montrer l'exemple à travers notre management

Former nos collaborateurs pour développer leur résilience et faire face aux revers et aux situations difficiles.

Donner les moyens à nos managers de continuer à gérer leurs équipes virtuellement ou de manière hybride au travers de formations dédiées.

Faire confiance aux équipes de direction et en leur capacité à réagir et à s'adapter de manière adéquate aux situations changeantes, en communicant et en recréant du lien entre les collaborateurs.

3

Offrir aux employés la possibilité de développer leur carrière au sein d'Ipsos

Encourager une culture d'apprentissage continu, alignée sur les besoins actuels et futurs d'Ipsos.

Encourager les managers à construire des parcours de carrière pour leurs collaborateurs en identifiant les possibilités d'évolution et de développement, en organisant des rotations au sein des équipes et en valorisant la mobilité interne.

INCLUSION ET DIVERSITÉ CHEZ IPSOS

Ipsos considère les différences comme un facteur de progrès et de performance pour chaque individu et pour le Groupe dans son ensemble. Nous voulons que notre entreprise soit constituée de personnes aux profils aussi diversifiés que les sociétés et les sujets que nous étudions. Nous sommes convaincus que cette diversité nous permet d'avoir une meilleure compréhension du monde et de délivrer des informations d'une plus grande qualité à nos clients.

À ce titre, le Groupe est résolu à assurer l'équité en matière d'emploi et à créer un environnement de travail dans lequel tous les employés sont traités avec respect et dignité. Nous nous engageons à assurer l'égalité des chances à l'ensemble des salariés et des candidats. Le Groupe a mis en œuvre des politiques de ressources humaines incitant nos employés à agir de façon respectueuse et responsable, en ligne avec les codes de bonnes pratiques en matière de droits de l'homme, d'inclusion et de diversité et de handicap. Cette politique est déclinée dans les marchés où nous opérons avec le soutien des managers et des responsables des ressources humains locaux.

Les décisions d'Ipsos en matière d'emploi sont basées sur le mérite, l'expérience et le potentiel de chaque collaborateur, sans tenir compte de l'origine ethnique, de la nationalité, du sexe, du statut marital, de l'âge ou de la religion. Notre société se porte mieux lorsque nos employés peuvent être eux-mêmes, sans contrainte ni préjugés, sans discrimination ni inégalité.

POURSUIVRE UNE POLITIQUE D'ACQUISITIONS AMBITIEUSE

Que ce soit pour être en mesure de proposer un savoir-faire de pointe et les technologies les plus perfomantes à ses clients ou pour disposer de positions renforcées sur certains marchés, Ipsos a toujours misé sur une politique d'acquisitions ambitieuse.

Dernièrement, cette politique a été renforcée par le plan Total Understanding et Ipsos a ainsi procédé à plusieurs acquisitions ciblées.

RENFORCER NOTRE OFFRE ET NOS CAPACITÉS TECHNOLOGIQUES EN 2020

Maritz Mystery Shopping correspond à l'activité client mystère de Maritz, qui a été acquise par Ipsos en février 2020. Cette acquisition renforce le leadership mondial d'Ipsos sur ce segment par le renforcement de ses capacités opérationnelles et par l'élargissement de son offre.

Askia est un fournisseur de technologies d'enquêtes. Cette acquisition, réalisée en février 2020 permet à Ipsos de proposer un outil d'enquête novateur et de conjuguer son expertise et son savoir-faire aux technologies de visualisation développées par Askia. ciblées depuis

acquisitions en 2020



FistNet, une entreprise croate à l'origine de la plateforme de mesure d'audiences DotMetrics a été acquise par Ipsos en février 2021. Ceci est le résultat d'une longue et fructueuse collaboration entre Ipsos et FistNet dans la région adriatique. Cette plateforme positionne FistNet comme un précurseur de la mesure d'audiences digitales et se distingue par ses capacités de restitution des analyses et sa précision dans le suivi du trafic sur les sites web.

MGE Data est un acteur clé dans la mesure d'audience de l'affichage. Elle vient enrichir nos solutions pour l'intégration de données de géolocalisation. Cette acquisition s'inscrit dans le sillage d'une longue collaboration entre Ipsos et MGE Data à travers différents projets de mesure d'audiences de l'affichage public dans plusieurs pays.

Intrasonics est un pionnier des technologies de reconnaissance audio par échomodulation. Cette société est une référence mondiale dans le domaine de l'encodage numérique et de la technologie d'empreinte digitale pour la mesure d'audience. C'est le partenaire privilégié d'Ipsos dans le développement de sa solution de mesure passive « MediaCell ».

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. 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. Ipsos dispose de son propre laboratoire de recherche et établit depuis plusieurs années des partenariats avec institutions académiques, notamment pour la recherche sur les processus de

TECHNOLOGIE

Nous maîtrisons l'ensemble des technologies applicables à nos métiers.

Ces technologies permettent le traitement de nouveaux types de données, comme celles issues des réseaux sociaux ou de données à forte volumétrie (big data). Ipsos investit dans les nouvelles technologies et fait depuis quelques années l'acquisition de plateformes afin de développer et d'étendre son offre, que ce soit pour la collecte, l'analyse des données ou la restitution des informations issues de la recherche.

SAVOIR-FAIRE



Nous possédons un savoir-faire unique et historique, fort d'une expérience de plus de 45 ans. Notre présence internationale dans 90 marchés garantit une compréhension totale de la Société, des Marchés et des Individus. Ipsos dispose de plus de 75 services qu'elle met à disposition de ses clients et est en mesure de réaliser des études pour plusieurs secteurs, sur plusieurs audiences et par différents moyens. Alliant recherches qualitatives et quantitatives, nous nous employons à répondre aux besoins de nos 5 000 clients où qu'ils soient et à leur donner les informations nécessaires à une prise de décision éclairée.

EQUIPES



Composées de près de 16 000 employés, nos équipes sont

multiculturelles et composées de nombre d'experts reconnus dans le domaine de la recherche. Nos équipes sont le socle de la réputation d'excellence d'Ipsos au travers de plus de 60 000 projets exécutés par an pour nos clients. Nos atouts, notre propension à innover et notre engagement pour une meilleure compréhension du monde sont autant d'éléments qui participent à notre capacité à attirer les talents de demain.



DIFFUSER NOTRE SAVOIR À TRAVERS L'IPSOS KNOWLEDGE CENTRE

L'Ipsos Knowledge Centre est un véritable épicentre du savoir chez Ipsos. Cette entité a pour rôle de rassembler les connaissances pour créer des publications uniques sur une pluralité de thématiques et contribuer en permanence à l'apprentissage commun. Ce centre regroupe le meilleur des connaissances issues de nos recherches sous forme de publications, diffusées à la fois auprès de nos équipes et de nos clients. A travers ces contenus, nos experts partagent leurs points de vue et les résultats de leurs études dans un format attrayant. Couvrant des thématiques globales ou locales, ces publications sont le résumé de recherches approfondies

et pointues sur des sujets aussi variées que ceux qu'Ipsos étudie pour ses clients.

En interne, ces contenus sont partagés avec les équipes d'Ipsos afin de rendre plus accessible le savoir d'Ipsos et d'encourager la collaboration et les échanges entre expertises.

En externe, ils sont diffusés auprès nos clients et du grand public afin de leur donner des informations fiables sur des sujets d'actualité ou d'ouvrir de nouveaux échanges sur des thématiques clé dans leur activité.

UNSTRUCTURED DATA TO

IPSOS VIEWS

Nos livres blancs créés par nos équipes de recherche et qui naviguent à travers les expertises d'Ipsos.

















IPSOS UPDATE

Un condensé mensuel des recherches et réflexions d'Ipsos de par le monde. **FLAIR 2020**

Des rapports approfondis sur une selection de pays, incluant les avis et positions des experts locaux d'Ipsos.









Nos enquêtes et rapports portant sur un large éventail de questions d'actualité incluant des données comparatives entre 30 pays environ.

GLOBAL ADVISOR







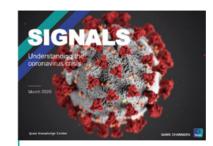






RÉPONDRE À LA PANDÉMIE

Aider nos clients à comprendre les impacts de la pandémie sur le présent et sur l'avenir.



SIGNALS

De mars à juillet 2020, nous avons produit « Signals » un condensé des dernières recherches menées par nos équipes dans le monde entier sur le coronavirus et ses impacts au fur et à mesure de l'évolution de la crise.



Une série d'articles portant sur les impacts spécifiques de la pandémie sur le comportement des consommateurs, les méthodes de recherche, la réputation des entreprises et plus encore...









GLOBAL TRENDS



Nous avons puisé dans notre base de données Ipsos Global Trends pour voir dans quelle mesure la pandémie avait bouleversé les comportements du public dans certains des 30 pays concernés et avons analysé les scenarios pour le futur.

16 // Ipsos | Éclairages 2020 // 17

NOS ENGAGEMENTS RSE

Troisième société mondiale d'études de marchés. nous identifions, mesurons et analysons depuis 45 ans les tendances sociales, politiques et économiques qui façonnent le monde. Notre rôle d'observateur nous projette naturellement dans l'engagement. Notre compréhension approfondie des problématiques auxquelles est confronté le monde corrobore notre conviction qu'une action concertée est nécessaire pour un développement durable et respectueux des droits de l'homme.

C'est pourquoi nous avons mis en place une démarche volontaire et structurée. le programme Taking responsibility. Déployé à l'international et articulé autour de trois axes majeurs : Society, People, Environment (Sociétés, Individus et Environnement). Taking responsibility fait l'objet d'un suivi régulier par le comité RSE et le Conseil d'Administration d'Ipsos.

ENGAGEMENT SOCIAL



Le principal actif d'Ipsos est la diversité de ses collaborateurs : plus de 16 000 professionnels, dans près de 90 marchés, qui construisent chaque iour son expertise unique.

Nous avons pour ambition d'être une entreprise où l'ensemble de nos collaborateurs aiment travailler et coopérer, dans un environnement professionnel positif et stimulant. Notre objectif est de continuer à gagner en attractivité pour attirer de nouveaux talents. En 2020, notre préoccupation a été de les protéger et de leur offrir un cadre de travail sécurisé, des modes d'organisation et de collaboration adaptés à la situation et un accompagnement personnalisé. Pendant la crise sanitaire, nous avons renforcé nos actions de formation et de développement personnel et professionnel.

CHIFFRES-CLÉS 2020

Taux d'engagement de nos collaborateurs : 72%

Présence des femmes dans les organes de direction :

55%

au Conseil d'Administration

de femmes parmi nos 41.1% 800 principaux dirigeants et managers

de femmes parmi nos 800 principaux dirigeants

taux de rotation du personnel inférieur ou égal à 11.7%

ENGAGEMENT POUR L'ENVIRONNEMENT



La lutte contre le changement climatique est au cœur de nos préoccupations. Bien que nos activités de service aient un impact direct limité sur l'environnement, Ipsos s'est engagé à réduire son empreinte carbone et à mettre en place un rapport annuel sur ses émissions de gaz à

Ce Bilan Carbone est réalisé sur près de 95 % de nos marchés (en part de chiffre d'affaires) et audité par un auditeur externe. Afin d'accroître la sensibilité de nos employés au suiet, chaque nouveau collaborateur d'Ipsos suit une formation obligatoire sur la responsabilité sociétale et environnementale.

CHIFFRES-CLÉS

de réduction de nos émissions de CO₂ depuis 2018.

En 2020, 1 271 collaborateurs ont suivi ont suivi une formation de sensibilisation aux enjeux environnementaux

OBJECTIFS 2023

15% de réduction de nos émissions CO₂ par employé, par rapport à 2019

OBJECTIFS 2035

Neutralité Carbone

ENGAGEMENT SOCIÉTAL



La crise de la Covid-19 a souligné les inégalités et vulnérabilités au sein de nos sociétés, losos continue de contribuer à la compréhension de ce nouvel état du monde. en mettant son savoir-faire à la disposition de ses clients et du public. En 2020, nous avons réalisé plus de 130 études sur l'impact de la pandémie de Covid-19 sur le climat, les marques ou les comportements des consommateurs. Nous avons également accompagné des organisations publiques, nationales et internationales dans la mesure et le suivi de la pandémie, en fournissant des données essentielles à la réponse des autorités sanitaires à la crise.

En 2020 et comme chaque année, dix de nos pays ont également réalisé gratuitement des études au bénéfice d'entreprises sociales et la majorité des pays où Ipsos opère a mis en place des collaborations pérennes avec des associations humanitaires. En 2020, outre 1 950 jours de volontariat, 43 % de nos pays ont participé à des activités de collecte de fonds auprès de nos collaborateurs au profit d'associations

Nos engagements pour les populations vulnérables sont inchangés malgré les circonstances : nous poursuivons notre programme de recrutement de réfugiés et continuons

CHIFFRES-CLÉS 2020

Médaille OR d'EcoVadis (attribuée à 5% des entreprises évaluées)

projets pour l'éducation et la lutte contre la pauvreté

projets pour l'environnement

de sensibiliser la société sur la nécessité de s'engager ensemble pour leur intégration professionnelle et sociale.

En interne, Ipsos est attaché à la transparence et l'intégrité dans l'ensemble de son activité. Nos collaborateurs sont soumis à notre Code de conduite professionnelle et d'éthique. le « Green Book »*. ainsi qu'aux lois et réglementations en vigueur dans les Etats où nous opérons.

* https://www.ipsos.com/en/values-and-conduct

de Fournisseurs du Groupe adhérant au Pacte Mondial

des Nations Unies.

LA FONDATION IPSOS





Créée en 2014, la Fondation Ipsos a pour mission de financer des projets d'éducation au bénéfice des enfants et des ieunes défavorisés du monde entier.

Dans ce cadre, nous avons construit des écoles au Népal, au Ghana et en Zambie. Nous avons fourni des livres aux États-Unis, à Hong Kong, en Afrique du Sud et en Haïti et avons soutenu l'éducation des enfants atteints de maladies graves en Russie, aux Philippines et au Kazakhstan, La Fondation a également financé des projets d'infrastructures au Yémen, en Ouganda, au Kenya, en Jordanie et en Syrie.

Dans chaque pays où nous opérons, ce sont nos collaborateurs qui identifient et soumettent des projets à la Fondation et participent ensuite activement à

projets au profit des enfants réfugiés et migrants

1.8 MILLIONS D'EUROS

pour un montant total de

CHIFFRES-CLÉS

projets financés depuis 2014

leur mise en œuvre et à leur suivi. En collaboration avec Charity: Water et Water For Health, nous avons apporté de l'eau potable et des installations sanitaires dans une école rurale du Népal, au profit de 1 400 enfants. Nous avons appuyé des ONG comme Mary's Meals (Equateur), Peninsula School Feeding Association (Afrique du Sud), Feed a Child a Day (Nigéria), pour fournir au moins un repas quotidien aux écoliers. Depuis 2018, le Conseil d'Administration de la Fondation a porté une attention particulière aux enfants réfugiés et migrants : 24 projets dans 23 pays ont été financés en leur faveur.

VALEURS FONDAMENTALES POUR RASSEMBLER NOS 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.

FIERS D'ÊTRE IPSOS

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.

GOUVERNANCE ET STRUCTURE ACTIONNARIALE

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Monsieur Didier Truchot, Président-Directeur général

Madame Laurence Stoclet, Directeur général délégué

Madame Jennifer Hubber, Chief Client Officer

Monsieur Patrick Artus

Madama Florence von Erh

Monsieur Neil Janin

Monsieur Henry Letulle

Monsieur Filippo Pietro Lo Franco

Madame Anne Marion-Bouchacourt

Madame Svlvie Mavou

Madame Eliane Rouyer-Chevalier

COMITÉ EXÉCUTIF (1)

Monsieur Didier Truchot, Président-Directeur général d'Ipsos, fondateur du Groupe

Monsieur Darrell Bricker, Global Service Line Leader Public Affairs

Monsieur Christophe Cambournac, CEO Asie Pacifique (hors Chine), Moyen-Orient et Afrique,

Chairman Creative Excellence & Innovation Service Lines

Monsieur Alain Couttolenc, Chief Development Officer

Madame Lauren Demar, Chief Growth Officer

Madame Perrine Dufros, Global Chief Talent Officer

Monsieur Shane Farrell, CEO Europe, Chairman Brand Health Tracking Service Lines

Monsieur Ralf Ganzenmueller, CEO DACH sub-region (Germany-Austria-Switzerland); Chairman Customer Experience & Channel Performance Service Lines

Madame Sheryl Goodman, Group General Counsel

Madame Jennifer Hubber, Chief Client Officer

Monsieur Pierre Le Manh, Directeur Général Délégué d'Ipsos, CEO Amérique du Nord et Chairman Healthcare, Ipsos UU, Ipsos MMA & Market Strategy and Understanding Service Lines

Monsieur Lifeng Liu, Chairman & CEO Chine

Monsieur Hamish Munro, CEO Ipsos Interactive Services (IIS) & Ipsos Operations, Chairman Observer Service Line

Monsieur Ben Page, CEO Royaume-Uni et Ireland

Madame Laurence Stoclet, Directeur Général Délégué d'Ipsos, Group Chief Financial Officer

Monsieur Henri Wallard, Directeur Général Délégué d'Ipsos, Chairman Public Affairs, Automotive and Mobility Development & Social Intelligence Analytics Service Lines

CAPITAL SOCIAL ET DROITS DE VOTE D'IPSOS SA AU 31 DÉCEMBRE 2020

	Nombre d'actions	% actions	Nombre de droits de vote	% des droits de vote
DT & Partners	4 406 988	9,92 %	8 813 976	17,66 %
Didier Truchot	272 550	0,61 %	535 917	1,07 %
Public	38 165 747	85,89 %	38 339 902	76,80 %
Salariés* Dont FCPE et Plan	1 216 871	2,74 %	2 229 229	4,47 %
d'épargne Groupe	23 609	0,05 %	47 218	0,09 %
Auto-détention	374 079	0,84 %	0	0 %
Dont contrat de liquidité	18 557	0,04 %	0	0 %
TOTAL	44 436 235	100 %	49 691 563	100,00 %

(1) Au 31 mars 2021

PRINCIPAUX ÉLÉMENTS DES COMPTES CONSOLIDÉS

Compte de résultat consolidé. En milliers d'euros	31/12/2020	31/12/2019
Chiffre d'affaires	1 837 424	2 003 255
Coûts directs	(656 902)	(714 791)
Marge brute	1 180 522	1 288 464
Charges de personnel - hors rémunération en actions	(824 709)	(862 948)
Charges de personnel - rémunération en actions	(8 730)	(6 924)
Charges générales d'exploitation	(173 639)	(218 902)
Autres charges et produits opérationnels	16 408	(995)
Marge opérationnelle	189 852	198 696
Dotations aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions	(5 409)	(5 160)
Autres charges et produits non courants	(6 153)	(16 381)
Quote-part dans les résultats des entreprises associées	(711)	(615)
Résultat opérationnel	177 579	176 539
Charges de financement	(20 576)	(26 637)
Autres charges et produits financiers	(8 131)	(7 328)
Résultat net avant impôts	148 872	142 574
Impôts - hors impôts différés sur amortissement du goodwill	(35 462)	(34 539)
Impôts différés sur amortissement du goodwill	(3 457)	(2 339)
Impôt sur les résultats	(38 919)	(36 878)
Résultat net	109 953	105 695
Dont part du Groupe	109 498	104 785
Dont part des participations ne conférant pas le contrôle	455	910
Résultat net part du Groupe par action de base (en euros)	2,49	2,39
Résultat net part du Groupe par action dilué (en euros)	2,43	2,32

Etat de la situation financière consolidée. En milliers d'euros	31/12/2020	31/12/2019
Actif		
Goodwills	1 249 331	1 322 906
Droit d'utilisation de l'actif	125 270	152 646
Autres immobilisations incorporelles	88 849	89 076
Immobilisations corporelles	30 953	39 753
Participation dans les entreprises associées	1 856	1 114
Autres actifs financiers non courants	51 139	44 766
Impôts différés actifs	28 839	25 300
Actifs non courants	1 576 238	1 675 561
Clients et comptes rattachés	456 113	518 697
Actifs sur contrats	136 365	203 094
Impôts courants	12 511	14 833
Autres actifs courants	76 089	92 846
Instruments financiers dérivés	404	(1 094)
Trésorerie et équivalents de trésorerie	215 951	165 436
Actifs courants	897 433	993 812
Total actif	2 473 670	2 669 372
Passif et capitaux propres Capital	11 109	11 109
Primes d'émission	515 854	516 000
Actions propres	(9 738)	(12 382)
Écarts de conversion	(185 192)	(96 352)
Autres réserves	662 277	580 314
	109 498	104 785
Résultat net – part du Groupe Capitaux propres - part du Groupe	1 103 809	1 103 475
Participations ne conférant pas le contrôle	18 157	19 247
Capitaux propres	1 121 966	1 122 722
Emprunts et autres passifs financiers non courants	393 654	561 490
Dettes sur contrats de location (non courantes)	107 250	133 112
Provisions non courantes	1 743	762
Provisions pour retraites	32 862	33 058
Impôts différés passifs	60 503	72 196
Autres passifs non courants	23 660	14 980
Passifs non courants	619 673	815 599
Fournisseurs et comptes rattachés	292 382	300 681
Emprunts et autres passifs financiers courants	169 250	181 229
Dettes sur contrats de location (courantes)	36 913	41 971
Impôts courants	22 239	16 273
Provisions courantes	7 073	9 025
Passifs sur contrats	39 513	34 594
Autres passifs courants	164 661	147 278
Passifs courants	732 031	731 051
Total passif et capitaux propres	2 473 670	2 669 372

Etat des flux de trésorerie consolidés. En milliers d'euros	31/12/2020	31/12/2019
Opérations d'exploitation		
Résultat net	109 953	105 695
Éléments sans incidence sur la capacité d'autofinancement		
Amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles	78 232	75 199
Résultat net des sociétés mises en équivalence, nets des dividendes reçus	711	636
Moins-value (plus-value) sur cessions d'actifs	152	323
Variation nette des provisions	1 642	5 889
Rémunération en actions	8 458	6 604
Autres produits et charges calculés	(1 669)	1 028
Frais d'acquisition de sociétés consolidées	770	2 383
Charge de financement	24 918	31 750
Charge d'impôt	38 919	36 878
Capacité d'autofinancement avant charges de financement et impôt	262 085	266 386
Variation du besoin en fonds de roulement	134 594	(52 676)
Impôts payés	(27 761)	(35 854)
Flux de trésorerie provenant de l'exploitation	368 919	177 855
Opérations d'investissement		
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(35 069)	(43 232)
Produits des cessions d'actifs corporels et incorporels	285	81
(Augmentation) / diminution d'immobilisations financières	(713)	3 187
Acquisitions de sociétés et d'activités consolidées nettes de trésorerie acquise	(13 230)	(5 435)
Flux de trésorerie affectés aux opérations d'investissement	(48 727)	(45 400)
Opérations de financement		
Augmentation / (Réduction) de capital		-
(Achats) / Ventes nets d'actions propres	2 542	1 324
Augmentation des emprunts à long terme	78 406	62
Diminution des emprunts à long terme	(245 176)	(5 160)
Augmentation des prêts à long terme à des sociétés associées	(8 481)	(12 284)
Augmentation / (diminution) des découverts bancaires	464	(1 467)
Remboursement net des dettes locatives	(41 671)	(40 231)
ntérêts financiers nets payés	(22 164)	(25 367)
ntérêts nets payés sur obligations locatives	(4 455)	(4 508)
Rachats de participations ne conférant pas le contrôle	(164)	(10 935)
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(19 771)	(38 649)
Dividendes versés aux participations ne conférant pas le contrôle des sociétés intégrées	-	-
Flux de trésorerie provenant des opérations de financement	(260 469)	(137 215)
Variation nette de la trésorerie	59 722	(4 760)
ncidence des variations des cours des devises sur la trésorerie	(9 207)	2 362
Trésorerie à l'ouverture	165 436	167 834
Trésorerie à la clôture	215 951	165 436

22 // Ipsos I Éclairages 2020 // 23

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 et Directeur Financier Crédits photos : Adobe Stock, Shutterstock, Unsplash Création et réalisation : •• ETHANE. Mai 2021



