

ÉCLAIRAGES 2021



**BE
SURE.
MOVE
FASTER.**

It's always better to
be proactive than reactive.
At Ipsos, we know this.
Have you found the speed
you can get ahead?

GAME CHANGERS



**BE
SURE.
ACT
SMARTER.**

You can believe something,
but you can know it.
At Ipsos, we understand
knowledge is the root of all
good decision making.

GAME CHANGERS



**BE
SURE.
GO
FURTHER.**

Pushing the boundaries
doesn't have to be risky.
At Ipsos, we uncover
new opportunities and show
how to get there.

GAME CHANGERS

GAME CHANGERS





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 de notre site web

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 Ipsos sur Twitter et LinkedIn



Ipsos



@_Ipsos

SOMMAIRE

- 04** Message du Président du Conseil d'Administration
- 06** Message du Directeur général
- 08** Nos chiffres clés
- 09** 1975 - 2021 : retour sur une stratégie de croissance
- 10** Une offre complète pour comprendre la société, les marchés et les individus
- 11** Développer de nouveaux services au plus près des besoins clients
- 12** Comprendre les besoins des consommateurs pour mieux innover
- 13** L'humain et la technologie au cœur des études qualitatives
- 14** Accompagner l'action des gouvernements et des ONG
- 15** Soutenir le domaine pharmaceutique
- 16** Notre modèle de création de valeur
- 18** Renforcer l'utilisation de nos plateformes
- 19** Poursuivre une politique d'acquisitions ambitieuse
- 20** 5 valeurs fondamentales pour rassembler nos collaborateurs
- 21** Développer le talent de nos 18 000 collaborateurs
- 22** Des capacités technologiques et d'innovation reconnues par l'industrie
- 23** La Fondation Ipsos pour l'éducation des jeunes défavorisés
- 24** Construire un monde plus durable
- 26** Diffuser notre savoir à travers l'Ipsos Knowledge Centre
- 28** Principaux éléments des comptes consolidés
- 30** Gouvernance et structure actionnariale

MESSAGE DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION



En 2021, alors que la pandémie de Covid-19 se prolongeait, notre chiffre d'affaires a atteint un niveau record à 2 146,7 millions d'euros et nous avons enregistré une croissance organique de 17,9 %. Notre résultat opérationnel a continué de progresser et notre endettement a fortement reculé. Cette performance extrêmement solide est le fruit du bon momentum entamé mi-2018 avec le lancement du plan de transformation T.U.P. (Total Understanding Project), qui avait reçu un fort engagement de nos collaborateurs. Il se traduit aujourd'hui par une confiance accrue de nos clients grâce aux solutions numériques adéquates que nous avons su mettre rapidement à leur disposition.

2021 a aussi été une année de transition managériale entre moi-même et le nouveau Directeur Général, Ben Page, que notre Conseil d'Administration a choisi de nommer à compter du 15 novembre 2021.

Ben Page travaille chez Ipsos depuis 2005, date à laquelle l'institut d'études anglais MORI, spécialisé dans la recherche sociale

et l'opinion publique, a été acquis par notre Société.

Il en était l'un des principaux dirigeants. Ipsos MORI, sous sa direction effective depuis 2009, a multiplié par trois son chiffre d'affaires et est devenue une référence majeure sur son marché. En 2021, Ipsos MORI a représenté près de 20 % du chiffre d'affaires et plus de 20 % du résultat opérationnel du Groupe.

Le Conseil d'Administration et moi-même sommes convaincus que l'information, lorsqu'elle est obtenue, analysée et communiquée avec rigueur et clarté par nos professionnels, est la meilleure alliée des décideurs que nous appuyons. Leur talent, combiné au développement de nos plateformes technologiques, nous permettent d'être confiants dans notre capacité à maintenir sur le long terme une croissance rentable.

Didier TRUCHOT,

Président du Conseil d'Administration

MESSAGE DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

C'est un honneur pour moi d'avoir été choisi pour être le deuxième Directeur général d'Ipsos et de reprendre le flambeau de Didier Truchot. En 46 ans, l'entreprise qui n'était constituée que de quelques personnes dans un bureau à Paris, est aujourd'hui l'une des plus grandes sociétés d'études au monde, employant 18 000 collaborateurs dans 90 pays. J'ai passé une majeure partie de ma carrière dans l'entreprise et j'ai été partie prenante de sa croissance. Ce que 2021 a confirmé - tout comme les crises précédentes comme celle de 2008 - c'est la flexibilité et la résilience d'Ipsos. Ces deux éléments nous ont permis de nous développer malgré la pandémie ; nous avons pu réduire rapidement nos coûts lors de la première vague, puis saisir rapidement les opportunités issues de la réouverture des économies et du déploiement des vaccins en 2021. L'augmentation du cours de notre action l'année passée en témoigne.

La pandémie et l'incertitude économique générale ont rendu les données, les informations et les recommandations que nous fournissons encore plus nécessaires pour nos clients. Pendant la crise, nous avons développé rapidement des programmes de test et de surveillance de l'évolution de la pandémie couvrant des dizaines de millions de répondants. Ces programmes ont été essentiels pour une meilleure gestion de la pandémie au sein de plusieurs pays. En plus, nous avons soutenu des entreprises du monde entier dans cet environnement complexe et en mutation, favorisant la croissance de nos activités en 2021.

Si la seule certitude concernant 2022 est l'incertitude, celle-ci reste un moteur de croissance : les entreprises et les gouvernements ont besoin d'informations fraîches sur le monde qui nous entoure. Ils ont besoin de données précises sur la façon dont les consommateurs et les citoyens réagissent aux changements que nous pouvons désormais observer dans tous les secteurs et toutes les régions du monde.

Nous portons une attention particulière aux individus et à la technologie pour construire sur les bases établies par le projet Total Understanding mis en place en 2018 et sur une bonne performance résultant de contrats en cours avec certaines des plus grandes entreprises au monde. Nous poursuivrons nos investissements dans nos plateformes et le renforcement de notre écosystème numérique pour proposer à nos clients des résultats plus rapides. En 2021, nous avons lancé le programme «Client First» avec l'objectif de maintenir un bon niveau de rétention de nos contrats existants et d'augmenter encore le nombre d'opportunités avec de nouveaux clients. A travers une démarche encore plus cohérente et disciplinée dans nos 90 marchés, des investissements continus pour renforcer le noyau de nos capacités de collecte et d'analyse, et l'accélération de notre politique d'acquisitions, nous serons en mesure d'être encore plus productifs, de réduire le poids des fonctions support par rapport à notre chiffre d'affaires et d'améliorer encore nos marges. Dans le même temps, nous allons poursuivre notre action en faveur de nos



employés, en leur donnant des occasions multiples de se développer, faisant ainsi de notre société le meilleur endroit pour exercer ses talents.

Nous lancerons cet été nos plans de croissance pour les trois prochaines années ; nous renouvellerons notre engagement à maintenir une bonne croissance pour nos clients, nos actionnaires et nos collaborateurs. Nous avons pour ambition de renforcer notre positionnement unique – être une entreprise mondiale d'études de marchés dirigée par des chercheurs – et de démontrer l'impact que notre métier a auprès des entreprises, des gouvernements et des sociétés pour lesquels nous travaillons. Nous continuerons également à produire régulièrement des analyses approfondies qui font la différence pour les décideurs.

Malgré les vents contraires dus à l'inflation, à la guerre et au Covid en Asie, nous continuerons à améliorer notre performance dans la continuité de 2021 en 2022, avec une croissance de référence proche de 5 %, mais une croissance sous-jacente voisine de 7 % hors l'impact temporaire positif des contrats liés au Covid. Notre marge brute va continuer à progresser, maintenant la marge opérationnelle à un niveau structurellement supérieur à celui d'avant la pandémie, entre 12 et 13 % pour 2022.

Ben PAGE,
Directeur général d'Ipsos

NOS CHIFFRES CLÉS

IPSOS EN 2021



+ 18 000
Collaborateurs



90
Marchés



+ 5 000
Clients



Panels en ligne
dans plus de
100 pays



Panels
propriétaires
dans
65 pays



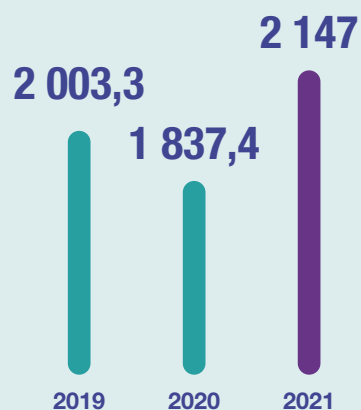
16 millions
interviews **offline**



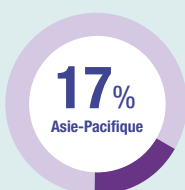
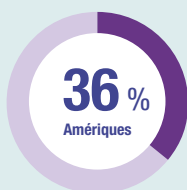
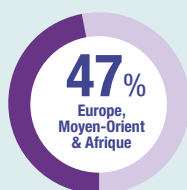
27 millions
interviews **online**

Un chiffre d'affaires en croissance

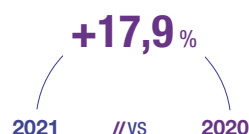
En million d'euros



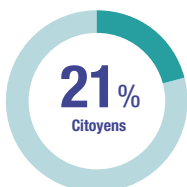
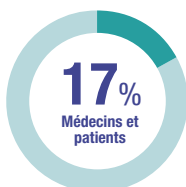
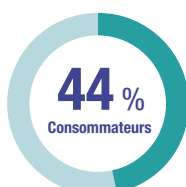
Chiffre d'affaires par région



Croissance organique en 2021



Chiffre d'affaires par audience



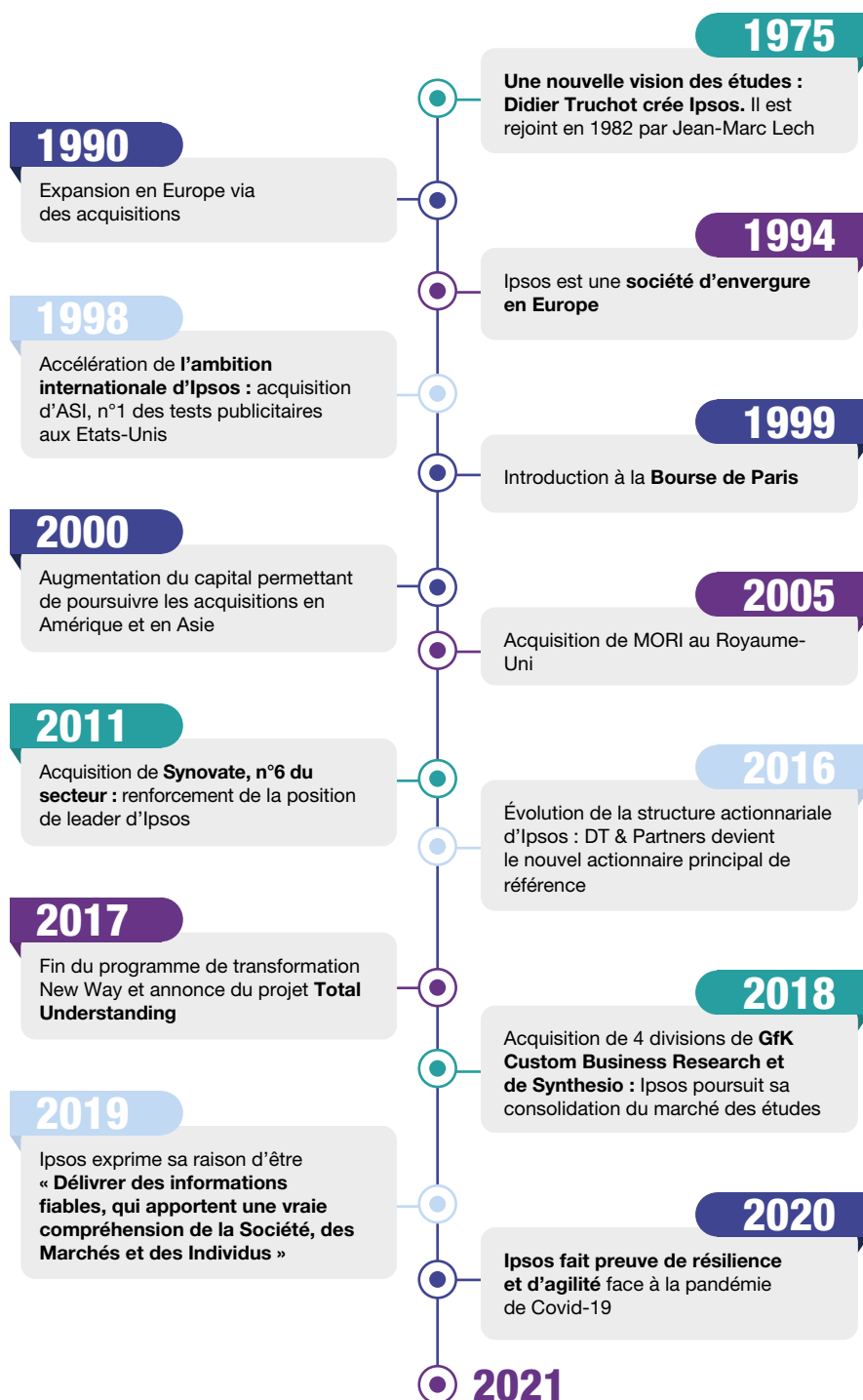
Un environnement
de travail stimulant
pour nos
collaborateurs

73%
Taux
d'engagement

Une action à
la hauteur des
attentes de nos
clients

8,2/10
Score de satisfaction
client en 2021

1975 - 2021 : RETOUR SUR UNE STRATÉGIE DE CROISSANCE



**Ipsos nomme son nouveau
Directeur général, Ben Page**

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

Ipsos propose à ses clients plus de 75 services, organisés autour de 16 lignes d'expertise pour leur apporter des informations fiables qui leur permettent de prendre les bonnes décisions. Parfois combinés, ces services nous permettent de réaliser des études personnalisées, au plus proche des besoins de nos clients.

CLIENTS ET SALARIÉS



AUDIENCE MEASUREMENT

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

AUTOMOTIVE AND MOBILITY DEVELOPMENT

Aider les constructeurs automobiles et les nouveaux acteurs de la mobilité à optimiser toutes les phases de développement de véhicules.

CUSTOMER EXPERIENCE

Concevoir, évaluer, développer et gérer des programmes d'expérience client.

INNOVATION

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

CHANNEL PERFORMANCE

Aider les clients à améliorer leurs performances sur tous les canaux de vente.

CITOYENS



CORPORATE REPUTATION

Aider les entreprises à tirer le meilleur parti 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.

MÉDECINS ET PATIENTS



HEALTHCARE

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

CONSOMMATEURS



BRAND HEALTH TRACKING

Accompagner les clients dans la compréhension de l'environnement concurrentiel et des leviers de croissance de leurs marques.

CREATIVE EXCELLENCE

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

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 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.

STRATEGY3

Proposer des recommandations et du conseil en innovation et en stratégie de marque.

DÉVELOPPER DE NOUVEAUX SERVICES AU PLUS PRÈS DES BESOINS CLIENTS



Dans un contexte de transformations profondes des entreprises et institutions, Ipsos s'attache à proposer à ses clients une offre à la pointe de la technologie et un savoir-faire unique 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 les contenus publiés sur les réseaux sociaux à travers la plateforme Synthesio.

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 RÉEL

Pour accélérer davantage 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.

PROPOSER DES SERVICES D'ACCOMPAGNEMENT CLIENTS

Pour aller plus loin et guider nos clients à travers leur prise de décisions.



COMPRENDRE LES BESOINS DES CONSOMMATEURS POUR MIEUX INNOVER

Plus que jamais, nos clients de la grande consommation se mobilisent pour créer des innovations pertinentes et gagner des parts de marché dans un monde omnicanal, où les consommateurs sont plus informés, plus technophiles et plus enclins à se tourner vers des produits durables, écologiques et connectés. Depuis le début de la pandémie, nous avons adapté nos méthodes de tests de produit pour qu'ils soient sans contact. Nos solutions de tests produits propulsées par Ipsos.digital, sont un levier d'innovation pour nos clients, elles permettent de vérifier de façon agile et rapide l'efficacité du produit avant, pendant ou après sa mise sur le marché. En 2021, elles ont connu une accélération de leur activité, reflétant la quête des fabricants pour les innovations de rupture.

CONNECTED CPG

Adapter notre offre aux nouveaux besoins des consommateurs

Les consommateurs passent de plus en plus de temps sur des appareils numériques qui offrent de toutes nouvelles façons de découvrir, sélectionner et acheter des produits. Les fabricants, quant à eux, se lancent dans le développement d'innovations technologiques qui vont au-delà des produits physiques apportant des services améliorés via une expérience plus connectée.

La solution **Connected CPG** d'Ipsos permet d'évaluer et de prévoir la performance des innovations à travers **une méthode structurée et validée pour sélectionner, tester et prévoir les comportements des consommateurs face à ces innovations technologiques.**

ANALYSE PRÉDICTIVE

Prédire le succès des innovations avec le machine learning

L'intelligence artificielle s'applique aujourd'hui aux études de marché pour des résultats plus rapides, moins chers et plus performants. Ipsos se sert de l'intelligence artificielle en la mêlant aux méthodologies traditionnelles des études de marché pour prédire le potentiel des nouvelles innovations à partir de données préexistantes.

InnoPredict d'Ipsos est une nouvelle solution conçue pour prédire le succès d'une innovation de produit par machine learning en utilisant des données existantes pré-collectées. Une approche innovante permettant **d'évaluer rapidement le potentiel de réussite d'une nouvelle idée** sur le marché sans avoir à collecter de nouvelles données sur les consommateurs.



L'HUMAIN ET LA TECHNOLOGIE AU CŒUR DES ÉTUDES QUALITATIVES

Le besoin de comprendre les motivations profondes des individus s'est intensifié davantage pendant les années de la pandémie. Nos études qualitatives, historiquement menées en face-à-face, ont rapidement été adaptées à l'univers numérique.



La croissance de notre activité qualitative est surtout liée aux solutions digitales que nous avons mises en place pour continuer, malgré la distance, à mieux saisir la réalité des consommateurs, à travers des méthodologies qui croisent l'observation des comportements, la compréhension émotionnelle des marchés et l'utilisation extensive des nouvelles technologies.

FOCUS GROUPS VIRTUELS

De nombreux clients souhaitent garder la possibilité **d'avoir des discussions structurées avec leurs consommateurs. Les focus groups présentent** un cadre qui amplifie à la fois la génération d'idées et les échanges même quand ils sont virtuels.

Pour assurer le maintien de conversations de qualité dans ce nouvel environnement Ipsos a mis en place davantage d'exercices créatifs, renforçant ainsi l'engagement des répondants.

COMMUNAUTÉS

Ipsos gère des communautés de répondants sur sa plateforme propriétaire **Communities** (voir page 18) qui permettent, grâce à la modération des équipes d'Ipsos, à un grand nombre de participants d'interagir naturellement les uns avec les autres pour obtenir des insights qui se développent de manière organique.

Communities offre un accès permanent aux répondants pour nos clients pour une compréhension à la fois qualitative et quantitative tout le long du projet.

ÉTUDES QUALITATIVES EN LIGNE

Bien que le face-à-face reste une méthodologie essentielle pour les études qualitatives, les solutions virtuelles ont parfois rendu le processus de recherche plus créatif et plus audacieux. Elles présentent des avantages en termes d'accès aux répondants, d'analyse et de possibilités de méthodologies pour la capture de données.

Le Centre d'excellence en Ethnographie d'Ipsos en est un exemple : n'ayant aucun moyen de mener une étude ethnographique en personne pendant la pandémie, ils ont demandé aux personnes interrogées de se filmer. Ils ont ensuite utilisé ces données pour en faire une analyse anthropologique rigoureuse.

ATELIERS VIRTUELS

Lors de la pandémie, Ipsos UU a rapidement adapté et digitalisé son offre pour réaliser ses ateliers dans un univers numérique. La clé du succès : la combinaison de technologies intégrées et de notre expertise en études qualitatives permettant de reconstituer la créativité des ateliers en face-à-face.

Les ateliers virtuels peuvent être un excellent moyen de donner vie à la recherche et d'activer les idées s'ils sont organisés avec le bon état d'esprit, les bons outils et une planification appropriée.

ACCOMPAGNER L'ACTION DES GOUVERNEMENTS ET DES ONG

En 2021, nos experts ont accompagné une variété d'acteurs du secteur public et d'organisations non gouvernementales (ONG) pour les aider à mettre en place leurs réponses face à la pandémie. Nos missions de recherche ont répondu à diverses questions : de la mesure des taux d'infection et de vaccination à la compréhension de l'inégalité d'accès aux vaccins en passant par l'analyse des stratégies de communication sur des sujets tels que la vaccination ou l'utilisation des gestes barrières.



L'étude Rapid Gender Assessment a consisté à examiner l'effet inégal de la pandémie sur les hommes et les femmes. Menée dans sept pays pour ONU Femmes, cette étude a été instrumentale pour évaluer les effets persistants de la crise et soutenir la formulation de réponses d'urgence et de plans de relance.



L'inégalité d'accès aux vaccins était également un sujet d'intérêt mondial, pour la campagne ONE, qui lutte contre la pauvreté, avait pour but d'analyser dans sept pays l'évolution de l'opinion publique sur les vaccins et délivrer des conseils sur le développement de messages pour les publics cibles.



Department
of Health &
Social Care

Ipsos et l'Imperial College London ont mené l'étude REACT (Real-time Assessment of Community Transmission) pour le compte du *Department for Health and Social Care* anglais. Les résultats ont été utilisés pour aider le gouvernement à mesurer la prévalence du Covid-19 dans différentes régions du pays, y compris chez les personnes qui ne présentent aucun symptôme. REACT est l'une des plus grandes études liées au Covid-19 en Angleterre : à fin 2021, 2,3 millions d'individus y ont participé.

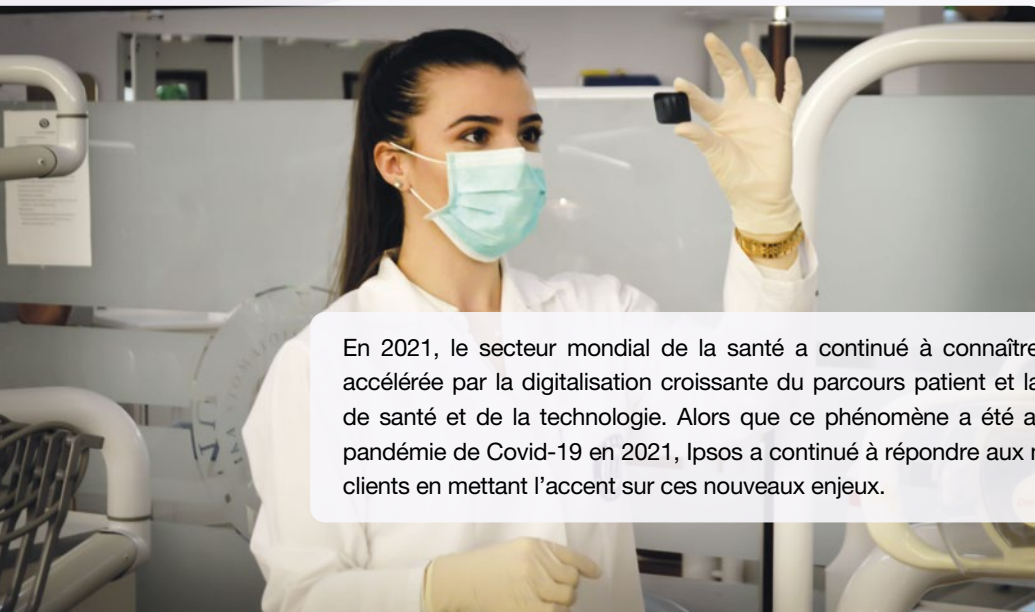


En 2021 il était essentiel de comprendre l'évolution des facteurs comportementaux et sociaux de l'adoption de la vaccination.

Ipsos a contribué à l'élaboration de stratégies de santé publique et de communication aux États-Unis par le biais d'une série de projets pour le Center for Disease Control and Prevention (CDC) qui ont exploré les connaissances, les attitudes, les croyances et les comportements influençant l'adoption et les intentions de vaccination contre le Covid-19 et la grippe.



SOUTENIR LE DOMAINE PHARMACEUTIQUE



En 2021, le secteur mondial de la santé a continué à connaître une croissance rapide, accélérée par la digitalisation croissante du parcours patient et la convergence des soins de santé et de la technologie. Alors que ce phénomène a été amplifié davantage par la pandémie de Covid-19 en 2021, Ipsos a continué à répondre aux nouveaux besoins de ses clients en mettant l'accent sur ces nouveaux enjeux.

DISPOSITIFS MÉDICAUX ET DE DIAGNOSTIC



Des dispositifs d'administration de médicaments aux implants, en passant par les IRM et les tests rapides de Covid-19, le marché des dispositifs médicaux et des produits de diagnostic (MD&D) couvre un large éventail. Ces dernières années, ce marché a connu une expansion rapide, notamment en raison de l'essor des technologies numériques dans les soins de santé et de la pandémie de Covid-19.

En 2021, notre équipe MD&D a étendu sa présence mondiale travaillé en étroite collaboration avec nos clients et d'autres équipes d'Ipsos spécialisées dans l'Accès au Marché et l'Expérience Utilisateur pour répondre aux besoins nouveaux et évolutifs des clients et des patients.

SANTÉ DIGITALE ET CONNECTÉE



Avant même la pandémie, l'essor du big data et la poussée de l'innovation technologique en santé avaient convergé pour mettre la santé digitale et connectée au centre de la scène. En 2021, nous avons de plus en plus guidé les clients sur les axes à privilégier dans le développement de nouveaux produits, du processus de co-crédation avec les utilisateurs à la définition de leur pipeline d'innovation.

En outre, nous avons continué à aider nos clients à dialoguer avec les médecins dans un monde numérique, où les canaux de communication traditionnels en face-à-face sur lesquels ils ont longtemps compté, sont moins envisageables.

LA RECHERCHE PASSIVE



L'écoute sociale nous fournit une mine d'informations qu'il serait impossible d'obtenir par les méthodes de recherche traditionnelles. En analysant les données des réseaux sociaux et du web, nous découvrons les opinions spontanées, les motivations, les facteurs de décision, et les comportements numériques des patients, des médecins et d'autres acteurs clés. En 2021, Ipsos a associé cette expertise avec les compétences de nos spécialistes du domaine de la santé pour créer son nouveau Centre d'expertise *Healthcare Social Intelligence Analytics*, un partenariat qui nous donne la possibilité unique d'appliquer des technologies d'écoute de pointe au secteur de la santé, tout en tirant parti de nos connaissances spécialisées dans ce domaine et de nos relations avec les clients.

NOTRE MODÈLE DE CRÉATION DE VALEUR

NOS RESSOURCES

HUMAINES

- Une expertise unique développée depuis la création d'Ipsos en **1975**
- **+ de 18 000** collaborateurs dans 90 marchés
- **+ 5 millions** de panélistes

TECHNOLOGIQUES

- Tirer profit de nos plateformes digitales (Simstore, SRP, Ipsos.digital et Synthesio) pour proposer des solutions rapides et efficaces
- Des investissements continus dans la technologie pour renforcer nos capacités à intégrer de nouvelles sources de données, à collecter des données en temps réel et à analyser des données à forte volumétrie

OPÉRATIONNELLES

- **75 services** dans 15 lignes de métiers
- Capacité à mettre en place des études multimodes et multiservices
- Tous types de méthodologies de collecte de données, téléphone, face-à-face, en ligne, poste, écoute des réseaux sociaux, observation des comportements, panels...

SOCIÉTALES

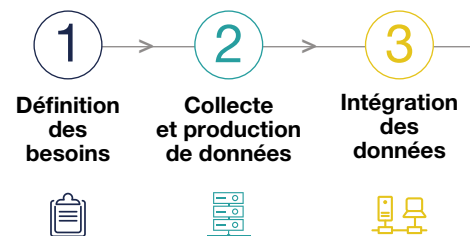
- Une action au plus près des territoires dans lesquels nous opérons
- Un engagement auprès des individus, de la planète et de la société à travers le programme RSE Taking Responsibility
- Des programmes pour l'éducation des enfants déplacés à travers la Fondation Ipsos

FINANCIÈRES

- **+ 2 milliards de dollars** de chiffre d'affaires
- Société cotée, générant de la trésorerie et optimisant son endettement
- Production en cash de plus de **150 millions d'euros** par an
- Ratio de levier ramené à 13,4 %

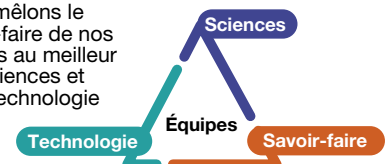
NOTRE EXCELLENCE

PRODUIRE DES INFORMATIONS



GARANTIR LA QUALITÉ

Nous mêlons le savoir-faire de nos experts au meilleur des sciences et de la technologie



NOTRE STRATÉGIE

RENFORCER NOTRE LEADERSHIP

7
PILERS DE CROISSANCE

75
solutions compétitives

Assurer la compétitivité de tous nos services au sein des « Service Lines »

Acquisitions

Continuer notre plan d'acquisition de savoir-faire, de technologie et d'opportunité

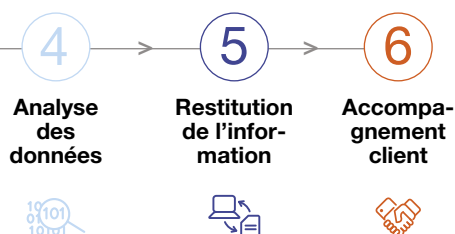
Capacités transversales

Renforcer nos capacités digitales et technologiques

OPÉRATIONNELLE

NOTRE CRÉATION DE VALEUR

FIABLES POUR NOS CLIENTS



DE NOS ÉTUDES

4S

- SECURITY
- SIMPLICITY
- SPEED
- SUBSTANCE

Nous appliquons le principe des **4S** à tout ce que nous entreprenons

DE CROISSANCE

DANS L'INDUSTRIE DE LA RECHERCHE

Présence dans **90** marchés

Développer une présence locale forte

Organisation dédiée aux clients

Mieux gérer nos relations clients aux plans global et local

Une marque renforcée

Développer notre visibilité au niveau mondial

Nos Talents

Renforcer les compétences de nos salariés

POUR NOS 5 000 CLIENTS

- Délivrer des informations fiables pour leur permettre de prendre les bonnes décisions
- **70 000** projets par an
- **9/10** score de satisfaction client en 2021

POUR NOS EMPLOYÉS

- Participer à leur développement personnel et professionnel
- **2,7 %** du temps de travail en formation en 2021
- **76 %** taux d'engagement de nos collaborateurs
- **+ 1 000** jeunes actifs recrutés en 2021 dans le cadre du programme Generation Ipsos

POUR LA SOCIÉTÉ

- **+ 60** études publiées pour diffuser notre connaissance et apporter une meilleure compréhension des enjeux sociétaux
- **60** réfugiés embauchés depuis 2019
- **100 %** des objectifs environnementaux et sociétaux atteints en 2020
- Engagés pour la neutralité carbone en 2035
- **67** projets soutenus par notre Fondation dans 34 pays

POUR NOS ACTIONNAIRES

- Un taux de marge opérationnelle en croissance
- Hausse continue des dividendes depuis l'introduction en bourse en 1999
- **0,90 €** de dividendes versés en 2021

POUR NOS FOURNISSEURS

- **43 %** de nos fournisseurs internationaux adhèrent au Pacte Mondial de l'ONU
- Une relation de confiance avec nos fournisseurs, encadrée par notre Supplier Code of Conduct et notre Code de Conduite et d'Ethique

RENFORCER L'UTILISATION DE NOS PLATEFORMES

Ipsos continue de développer ses capacités technologiques. Avec l'accroissement de la digitalisation, ces plateformes de recherche en ligne constituent un excellent support pour nos solutions et sont assurément des outils pertinents, rapides et clé en main pour nos clients.

IPSOS.DIGITAL

Permettre aux clients de mener leurs propres études

Lancée en 2020, **Ipsos.digital** permet aux clients 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. Ipsos.digital s'est avérée être une plateforme clé depuis 2020 pour Ipsos, grâce à sa capacité à délivrer des résultats en ligne sans contraintes liées à la situation sanitaire.

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 de supermarché 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, rapidement et à moindre coût.

COMMUNITIES

Connecter nos clients avec leurs consommateurs

Communities est notre plateforme constituée d'espaces interactifs conçus pour favoriser l'engagement, la découverte et la personnalisation grâce à une gamme de solutions de recherche comprenant des chats en direct, des tableaux d'affichage, des discussions, des enquêtes et plus encore. Au-delà des questions qualitatives et quantitatives habituelles, les communautés encouragent un retour d'information proactif et approfondi des répondants grâce à des questions, des discussions et des créations conjointes.

SYNTHESIO

Simplifier l'accès aux conversations des consommateurs en ligne

Synthesio, pionnier de l'écoute sociale et leader du *consumer intelligence* basé sur l'IA, propose une plateforme SaaS pour aider les entreprises à obtenir une image plus complète de leurs marchés et de leurs acheteurs. En 2021, Synthesio a étendu ses capacités avec un nouveau module d'enquêtes et une relation élargie avec Twitter. Elle dispose de nouveaux outils d'IA et d'enrichissement, notamment le Topic Modeling qui regroupe les verbatims en thématiques et permet de visualiser les conversations en ligne de façon classifiée.

Le résultat : une meilleure compréhension des conversations des audiences, et de nouveaux outils pour repérer les tendances et anticiper l'avenir.



POURSUIVRE UNE POLITIQUE D'ACQUISITIONS AMBITIEUSE

Ipsos a toujours misé sur une politique d'acquisitions ambitieuse pour proposer un savoir-faire de pointe et les technologies les plus performantes à ses clients ou encore pour disposer de positions renforcées sur certains marchés.

CONSOLIDER NOTRE EXPERTISE ET NOS CAPACITÉS EN MESURE D'AUDIENCES EN 2021

FistNet est une entreprise croate à l'origine de la plateforme de mesure d'audiences DotMetrics. Cette plateforme développe les solutions de mesure d'audience d'Ipsos sur le web et sur mobile et permet d'améliorer ses capacités de collecte, de traitement et de reporting de données.

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

93

acquisitions
ciblées depuis
1991



5

acquisitions
en 2021

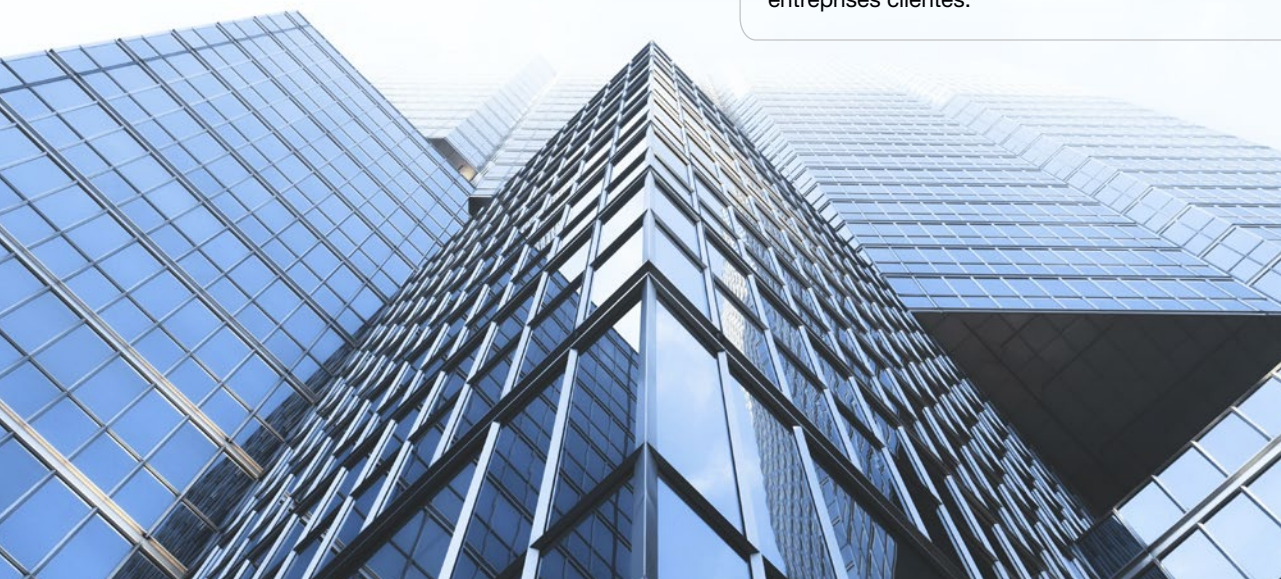
CONTINUER DE DÉVELOPPER NOS SERVICES EN 2021

Infotools, fournisseur de services numériques spécialisés dans l'harmonisation, l'analyse, la visualisation et le partage des données d'études de marché.

Karian and Box, leader britannique de la recherche en expérience collaborateur, spécialiste de l'expérience collaborateur, la culture d'entreprise, le leadership et la conduite du changement.

RENFORCER NOTRE OFFRE EN ÉVALUATION DE L'EXPÉRIENCE CLIENT EN 2022

WeCheck, spécialiste canadien de l'activité client mystère, qui accompagne ses clients dans l'amélioration de l'expérience et de la satisfaction client, grâce à de fortes capacités de contrôle de la conformité des sites de vente physique et digitaux avec les standards des marques et des entreprises clientes.

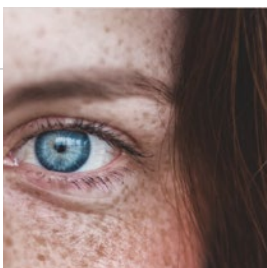


5 VALEURS FONDAMENTALES POUR RASSEMBLER NOS COLLABORATEURS

1

INTÉGRITÉ

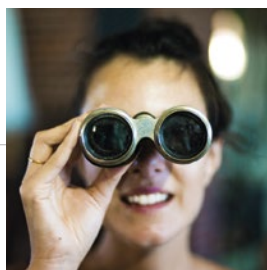
Nous appliquons les normes et principes éthiques les plus stricts. Nous sommes des experts indépendants et objectifs et nous fournissons des informations fiables aux clients.



2

CURIOSITÉ

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



3

COLLABORATION

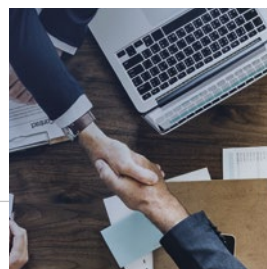
Ensemble, nous sommes plus intelligents qu'individuellement. Nous travaillons au sein de différentes équipes composées

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.

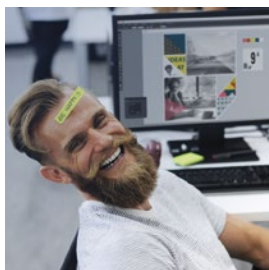


4

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.



5

FIERS D'ÊTRE IPSOS

DÉVELOPPER LE TALENT DE NOS 18 000 COLLABORATEURS

Ipsos a la volonté de créer un environnement où chacun trouve du sens à sa contribution, se sente engagé dans une démarche collective valorisante et s'épanouisse à titre personnel. Pour cela, nous cherchons à développer un environnement stimulant, inclusif et innovant, autour de valeurs communes, et portons une attention particulière à la formation des équipes, à leur intégration et à leur développement. Jeunes diplômés ou profils confirmés, d'origine, de culture, ou de genre divers, nos collaborateurs sont acteurs de la construction de notre avenir et Ipsos agit pour leur garantir un futur prometteur au sein du Groupe.

1 | **Generation Ipsos, intégrer et développer nos jeunes talents**

Depuis 2015, tous les jeunes diplômés rejoignant Ipsos suivent un processus d'intégration sur-mesure via le programme «**Generation Ipsos**». Durant 18 mois, ils suivent des formations dédiées, échangent avec des experts sur les différents métiers et se familiarisent avec la culture d'Ipsos. Ils ont également la responsabilité d'un projet en groupe dont les résultats sont présentés localement à leur direction.

Ce programme leur permet de **booster leur connaissance de l'entreprise, de gagner en confiance, en visibilité et de mieux appréhender leur futur chez Ipsos** localement ou à l'échelle internationale. En 2021, plus de 1 100 collaborateurs ont rejoint le programme.

2 | **Enquête interne Pulse, développer des plans d'action avec nos collaborateurs**

Notre enquête annuelle **Pulse** a pour objet d'évaluer le niveau de satisfaction et d'engagement de nos salariés à l'égard de leur métier, de l'entreprise, de son management et de ses valeurs.

Elle nous permet de **développer des plans d'action spécifiques en collaboration avec des groupes représentatifs de tous nos salariés** (de niveaux, âges et genres divers) pour identifier les possibilités d'amélioration que ce soit pour le bien-être au travail, l'équilibre vie privée/vie professionnelle, la formation, la diversité et l'inclusion etc.

En 2021, 82% de nos collaborateurs ont donné leur avis et 100% des pays ont mis en place un plan d'action.

3 | **Leadership behaviours, des comportements managériaux alignés sur nos valeurs**

Le projet «**Leadership Behaviours**» vise à définir des comportements qui illustrent nos valeurs et à en faire les principes directeurs pour tous les dirigeants d'Ipsos. Pour ce faire, un vaste processus de co-création a été lancé auprès des employés d'Ipsos dans le monde entier. Trois ateliers ont été menés pour générer des idées nouvelles sur la manière dont les dirigeants devraient se comporter pour refléter au mieux les valeurs d'Ipsos au quotidien. Plus de **400 employés ont été invités à participer à une communauté en ligne pour partager leur opinion**. Cette communauté est la voix collective d'Ipsos ; elle permet d'obtenir à la fois des exemples concrets et des témoignages qui leur font écho. En 2022, d'autres travaux seront effectués pour affiner les comportements attendus par les leaders, les diffuser au sein des équipes et les mettre en action.

4 | **Belong, notre programme d'Inclusion et Diversité**

Nous voulons que notre entreprise soit constituée de personnes aux profils aussi divers que les sociétés et les sujets que nous étudions et 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 s'engage, à travers son réseau d'inclusion et de diversité **Belong**, à assurer l'égalité des chances à l'ensemble des salariés et des candidats.

En 2022, l'ambition de Belong s'étend à nos panels et à nos études. Désormais, l'inclusion et la diversité sont également un critère pour le choix de nos répondants, des sujets des études que nous mettons à disposition du public, mais aussi au cœur des enjeux de nos clients.



DES CAPACITÉS TECHNOLOGIQUES ET D'INNOVATION RECONNUES PAR L'INDUSTRIE

Le Greenbook Research Industry Trends a salué notre esprit d'innovation et a reconnu Ipsos comme **l'institut d'études le plus innovant** parmi les grands instituts internationaux pour la 3^e année consécutive.

Ipsos a déployé au fur et à mesure des années une suite de produits technologiques qui concurrencent plusieurs acteurs de la tech, renforçant ainsi la notoriété de sa marque en termes d'innovation.



Le classement Forrester positionne la solution Synthesio d'Ipsos comme un Leader au sein du segment pour les plateformes AI-CI (*Artificial Intelligence – Enabled Consumer Intelligence*).

Synthesio a été reconnu pour ses avantages concurrentiels pour le sourcing de données, ses capacités multilingues et transversales, son service analytique et son approche du marché.
« Synthesio est la solution idéale pour les entreprises qui veulent dynamiser leur fonction Etudes de marchés. »



Dans son classement « The Forrester wave » qui mesure l'efficacité des solutions de Marketing Measurement and Optimization, Forrester reconnaît notre expertise qui allie conseil et technologies. Sur 10 prestataires dans la catégorie, Ipsos se positionne comme leader sur les segments méthodologie, approche du marché, acquisition de partenaires et empreinte globale.

« L'offre de mesure d'Ipsos MMA repose sur **un modèle de conseil**, soutenu par de **fortes capacités technologiques**, avec pour ambition d'aider ses clients à maximiser leur performance marketing et à obtenir de bons résultats commerciaux. »

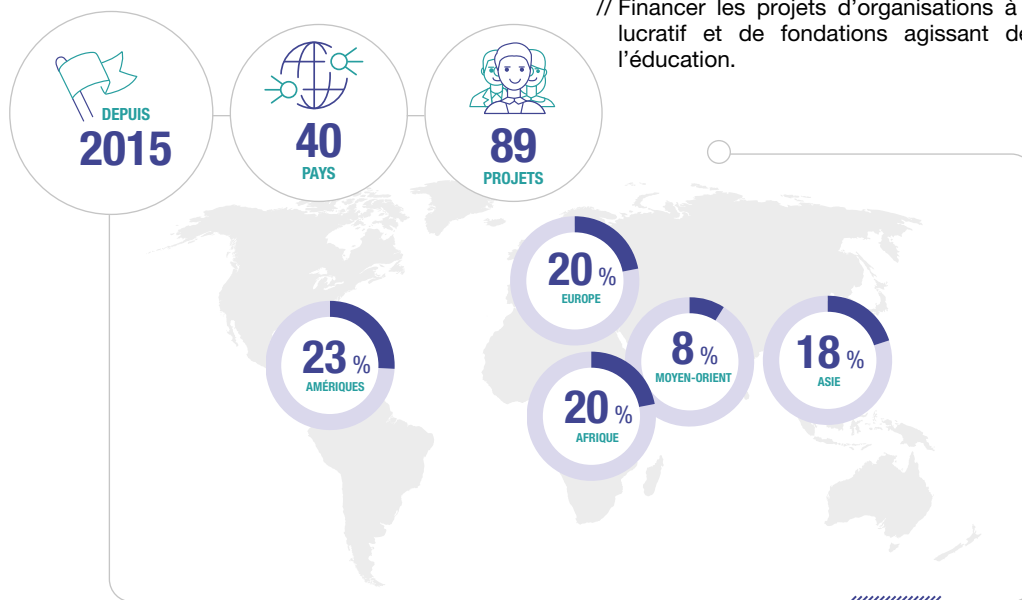


LA FONDATION IPSOS POUR L'ÉDUCATION DES JEUNES DÉFAVORISÉS

Selon les données de l'Institut de statistique de l'UNESCO, environ 263 millions d'enfants et de jeunes dans le monde ne sont pas scolarisés. Chez Ipsos, nous sommes convaincus qu'un meilleur accès à l'éducation est essentiel pour les aider à dépasser les obstacles qui les empêchent de bénéficier de tous leurs droits. La Fondation Ipsos contribue depuis 2014 à l'éducation de jeunes dans les pays où nous sommes présents.

En effet, l'action de la Fondation couvre trois aspects :

- // Donner accès à l'éducation à des enfants et des jeunes défavorisés, particulièrement lorsqu'ils sont déplacés de force.
- // Soutenir l'innovation dans l'enseignement pour répondre aux besoins spécifiques des enfants et des jeunes touchés par les déplacements forcés et autres expériences bouleversantes.
- // Financer les projets d'organisations à but non lucratif et de fondations agissant déjà pour l'éducation.



QUELQUES PROJETS FINANCÉS PAR LA FONDATION EN 2021

De nouvelles salles de classe pour le camp de réfugiés de Mantapala en Zambie

La Fondation Ipsos a mené un projet en partenariat avec Care, le Haut-Commissariat pour les Réfugiés et le gouvernement de la Zambie. Ce projet a pour but d'améliorer l'accès à l'éducation des apprenants du **camp de réfugiés de Mantapala** et de la communauté d'accueil environnante, par la création de salles de classe supplémentaires.

Cette initiative a non seulement permis de construire des salles de classe répondant aux normes nationales et qui ont obtenu une accréditation pour l'école auprès du ministère de l'éducation, mais elle a également permis aux habitants des zones environnantes d'acquérir des compétences et des revenus grâce à leur engagement dans le projet.



Soutenir l'action de SOS Villages d'enfants en Inde

Avec 20 millions d'enfants orphelins, l'Inde représente actuellement un tiers de la population orpheline d'Asie et la plus grande population orpheline du monde. En plus de ce nombre, 170 millions d'enfants sont considérés comme étant à risque en raison de la pauvreté, des abus et de la malnutrition.

La Fondation Ipsos a accordé une subvention au village d'enfants SOS en Inde, pour soutenir son programme d'accueil et offrir une seconde chance aux enfants orphelins et abandonnés de grandir dans un environnement stimulant et de réaliser leur plein potentiel. Le programme, qui touche plus de 6 800 enfants dans 22 états indiens, leur fournit des soins, de la nourriture, un abri, une éducation et des services de santé.



CONSTRUIRE UN MONDE PLUS DURABLE

Depuis plus de 45 ans, Ipsos analyse, mesure et identifie les tendances 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. Notre programme *Taking responsibility*, inscrit au cœur de nos enjeux, résume nos engagements pour la soutenabilité. Déployé dans chacun de nos pays autour de trois axes fondamentaux : Sociétés, Individus et Environnement, il fait l'objet d'un suivi régulier au plus haut niveau de la gouvernance d'Ipsos : le Conseil d'Administration d'Ipsos et de son comité RSE.

ENGAGEMENT SOCIAL

Nous considérons les différences comme un facteur de progrès et de performance. À ce titre, le Groupe est résolu à créer un environnement de travail dans lequel tous les employés sont traités avec respect et dignité.

Pour cela, nous avons mis en œuvre des politiques incitant chacun à agir de façon respectueuse et responsable, en ligne avec les codes de bonnes pratiques en matière de droits de l'Homme, de diversité, et de développement professionnel.

Nous avons pour ambition d'être une entreprise inclusive où il fait bon vivre pour l'ensemble de nos collaborateurs, un environnement professionnel positif et stimulant.

Nos engagements envers nos employés sont exposés dans notre Code de conduite professionnelle et d'éthique, le «Green Book» et nous veillons au respect inconditionnel du Principe 3 du Pacte Mondial des Nations Unies lié à la non-discrimination dans tous les pays dans lesquels il opère.

CHIFFRES-CLÉS 2021

Taux d'engagement de nos collaborateurs : **76 %***

78 % de nos collaborateurs déclarent travailler dans une entreprise qui favorise la diversité et l'inclusion*

Présence des femmes dans les organes de direction :

50 % au Conseil d'Administration

42 % de femmes parmi nos 800 principaux cadres dirigeants

OBJECTIFS 2023

46 % de femmes parmi nos 800 principaux cadres dirigeants

* Source : enquête interne Pulse



ENGAGEMENT SOCIÉTAL

Notre activité nous engage à produire des études fiables qui apportent une vraie compréhension du monde dans lequel nous évoluons. Alors que plusieurs pays continuent de faire face à la pandémie de Covid-19, Ipsos contribue depuis le début à la compréhension de ce nouvel état du monde en mettant son savoir-faire à la disposition de ses clients et du public. Ainsi, nous accompagnons des organisations publiques, nationales et internationales dans la mesure et le suivi de la pandémie, en fournissant par exemple aux autorités sanitaires des données essentielles à la réponse et la gestion de la pandémie.

Nous appliquons le plus haut niveau de protection des données afin de garantir que les informations personnelles utilisées dans le cadre de nos recherches soient protégées contre les risques d'accès non autorisés, de perte, de destruction, de manipulation ou de divulgation.

Notre engagement sociétal se matérialise également par notre volonté d'avoir un impact positif sur les sociétés où nous opérons, c'est pourquoi Ipsos encourage les activités de mécénat de compétences et de volontariat en faveur des populations vulnérables.

CHIFFRES-CLÉS 2021

106 associations soutenues dans des projets d'éducation et de lutte contre la pauvreté

680 jours de volontariat

OBJECTIFS 2023

90 %

de Fournisseurs du Groupe adhérant au Pacte Mondial des Nations Unies

ENGAGEMENT POUR L'ENVIRONNEMENT

Depuis plusieurs années, Ipsos s'est engagé dans une démarche soucieuse de la préservation de la planète, en travaillant à l'adaptation continue de notre modèle d'affaires pour une croissance responsable. Depuis 2012, le groupe met en œuvre une politique de gestion de son empreinte carbone et il s'est engagé en 2020 à atteindre la neutralité carbone en 2035.

Pour ce faire, Ipsos a mis en place plusieurs initiatives pour limiter ses émissions de gaz à effet de serre, tout d'abord par la réduction des déplacements professionnels de ses collaborateurs, qui représentent une partie majoritaire de son impact, mais aussi par la promotion d'une meilleure gestion des déchets dans ses locaux, la limitation de l'usage du papier et la suppression du plastique à usage unique et enfin, en adoptant une utilisation éco-responsable de ses ressources technologiques et numériques.

CHIFFRES-CLÉS 2021

36 % de réduction de nos émissions de CO₂ depuis 2018

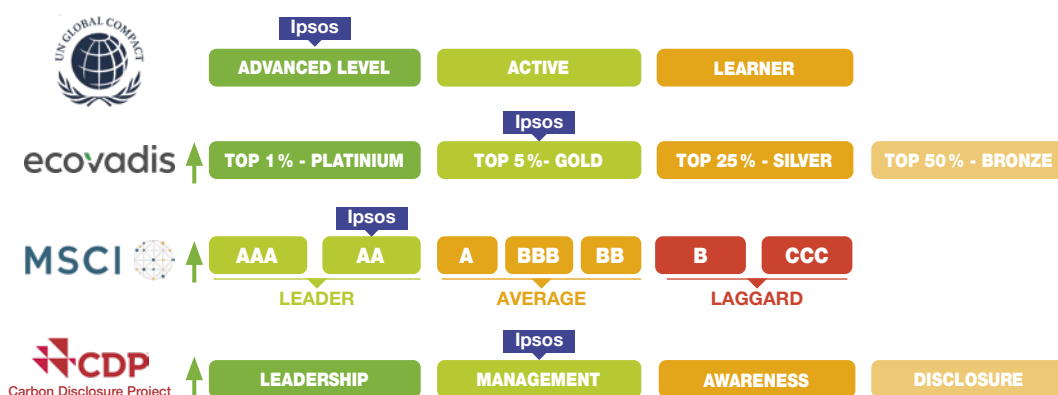
OBJECTIFS 2023

20 % de réduction de nos émissions de CO₂ par employé par rapport à 2019

OBJECTIF 2035

Neutralité Carbone

NOS NOTATIONS EXTRA-FINANCIÈRES



DIFFUSER NOTRE SAVOIR À TRAVERS L'IPSOS KNOWLEDGE CENTRE

L'Ipsos Knowledge Centre est un véritable épiscentre 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 variés 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.

IPSOS VIEWS 2021

Nos livres blancs créés par nos experts et qui couvrent un large éventail de disciplines et de secteurs.



GLOBAL ADVISOR

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



IPSOS UPDATE

Un condensé mensuel des recherches d'Ipsos à travers le monde, disponibles en anglais, français et espagnol.



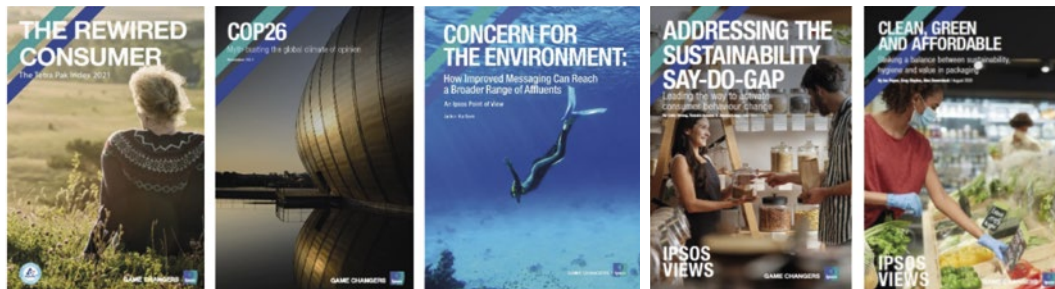
FLAIR 2022

Des rapports approfondis sur une sélection de pays, enrichis par les opinions de nos experts locaux.



SOUTENABILITÉ

Une série d'études pour améliorer la compréhension du public des enjeux de soutenabilité pour les sociétés et les entreprises.



COMMERCE PHYGITAL

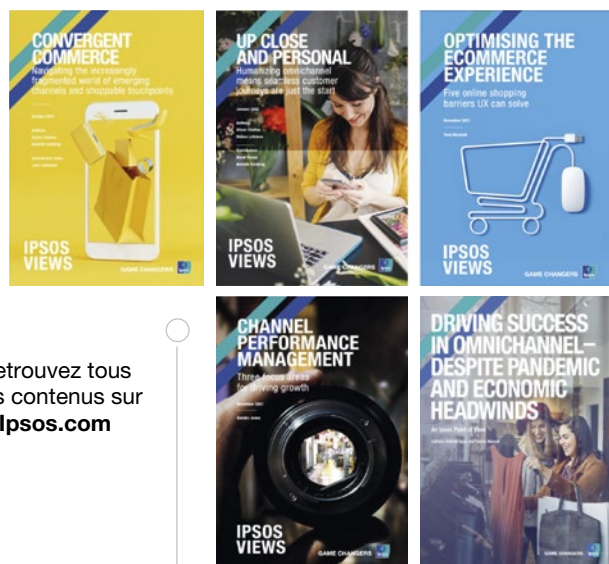
Les enseignements qu'Ipsos a tiré des changements de dynamique dans les comportements des consommateurs.

GLOBAL TRENDS

Tous les ans, l'étude Global Trends cherche à comprendre l'évolution des valeurs des citoyens à travers le monde et à identifier les tendances qui s'inscrivent dans la durée.

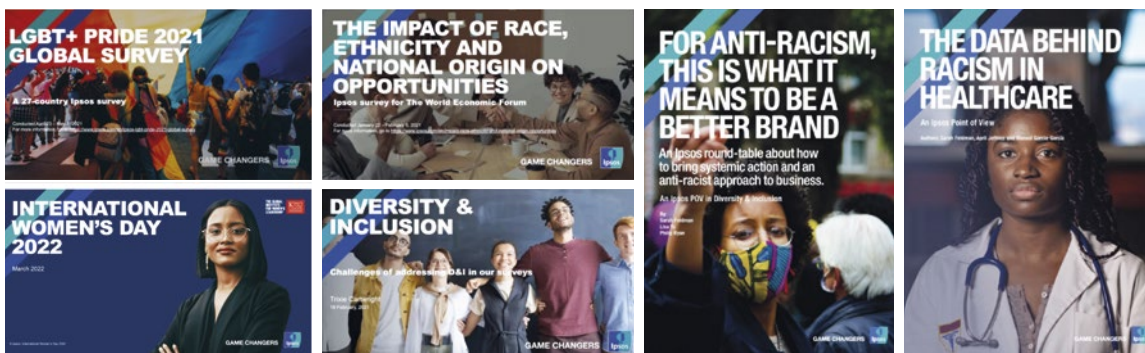


Retrouvez tous
nos contenus sur
ipsos.com



INCLUSION ET DIVERSITÉ

Les connaissances d'Ipsos sur les évolutions de l'opinion publique sur les questions de l'égalité, de l'inclusion et de la diversité.



PRINCIPAUX ÉLÉMENTS DES COMPTES CONSOLIDÉS

Compte de résultat consolidé. En milliers d'euros

	31/12/2021	31/12/2020
Chiffre d'affaires	2 146 725	1 837 424
Coûts directs	(757 391)	(656 902)
Marge brute	1 389 334	1 180 522
Charges de personnel - hors rémunération en actions	(896 461)	(824 709)
Charges de personnel - rémunération en actions*	(12 071)	(8 730)
Charges générales d'exploitation	(183 043)	(173 639)
Autres charges et produits opérationnels	(20 381)	16 408
Marge opérationnelle	277 378	189 852
Dotations aux amortissements des incorporels liés aux acquisitions*	(5 274)	(5 409)
Autres charges et produits non courants*	(5 486)	(6 153)
Quote-part dans les résultats des entreprises associées	1 671	(711)
Résultat opérationnel	268 289	177 579
Charges de financement	(13 837)	(20 576)
Autres charges et produits financiers	(4 413)	(8 131)
Résultat net avant impôts	250 038	148 872
Impôts - hors impôts différés sur amortissement du goodwill	(58 303)	(35 462)
Impôts différés sur amortissement du goodwill*	(4 608)	(3 457)
Impôt sur les résultats	(62 911)	(38 919)
Résultat net	187 127	109 953
Dont part du Groupe	183 923	109 498
Dont part des minoritaires	3 204	455
Résultat net part du Groupe par action de base (en euros)	4,14	2,49
Résultat net part du Groupe par action dilué (en euros)	4,04	2,43
Résultat net ajusté *	212 205	130 166
Dont Part du Groupe	209 223	129 612
Dont Part des minoritaires	2 982	554
Résultat net ajusté, part du groupe par action	4,71	2,94
Résultat net ajusté dilué, part du groupe par action	4,59	2,88

Etat de la situation financière consolidée. En milliers d'euros

	31/12/2021	31/12/2020
Actif		
Goodwills	1 360 464	1 249 331
Droit d'utilisation de l'actif	122 935	125 270
Autres immobilisations incorporelles	98 899	88 849
Immobilisations corporelles	31 340	30 953
Participation dans les entreprises associées	8 919	1 856
Autres actifs financiers non courants	51 961	51 139
Impôts différés actifs	25 223	28 839
Actifs non courants	1 699 741	1 576 238
Clients et comptes rattachés	555 496	456 113
Actifs sur contrats	107 114	136 365
Impôts courants	14 045	12 511
Autres actifs courants	62 720	76 089
Instruments financiers dérivés	-	404
Trésorerie et équivalents de trésorerie	298 454	215 951
Actifs courants	1 037 830	897 433
Total actif	2 737 571	2 473 670
Passif et capitaux propres		
Capital	11 109	11 109
Primes d'émission	508 259	515 854
Actions propres	(643)	(9 738)
Autres réserves	746 221	662 277
Ecart de conversion	(115 406)	(185 192)
Résultat net - part du Groupe	183 926	109 498
Capitaux propres - part du Groupe	1 333 466	1 103 809
Intérêts minoritaires	8 963	18 157
Capitaux propres	1 342 429	1 121 966
Emprunts et autres passifs financiers non courants	448 561	393 654
Dettes sur contrats de location	102 421	107 250
Provisions non courantes	7 025	1 743
Provisions pour retraites	36 255	32 862
Impôts différés passifs	66 458	60 503
Autres passifs non courants	45 549	23 660
Passifs non courants	706 270	619 673
Fournisseurs et comptes rattachés	332 239	292 382
Emprunts et autres passifs financiers courants	30 349	169 250
Dettes sur contrats de location	34 923	36 913
Impôts courants	25 463	22 239
Provisions courantes	9 967	7 073
Passifs sur contrats	64 329	39 513
Autres passifs courants	191 603	164 661
Passifs courants	688 872	732 031
Total passif et capitaux propres	2 737 571	2 473 670

Etat des flux de trésorerie consolidés. En milliers d'euros**31/12/2021****31/12/2020**

Opérations d'exploitation		
Résultat net	187 127	109 953
Éléments sans incidence sur la capacité d'autofinancement		
Amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles	79 839	78 232
Résultat net des sociétés mises en équivalence, nets des dividendes reçus	(1 671)	711
Moins-value (plus-value) sur cessions d'actifs	(164)	152
Variation nette des provisions	17 985	1 642
Rémunération en actions	11 153	8 458
Autres produits et charges calculés	(2 459)	(1 669)
Frais d'acquisition de sociétés consolidées	882	770
Charge de financement	17 349	24 918
Charge d'impôt	62 911	38 919
Capacité d'autofinancement avant charges de financement et impôt	372 952	262 085
Variation du besoin en fonds de roulement	33 538	134 594
Impôts payés	(60 519)	(27 761)
Flux de trésorerie provenant de l'exploitation	345 972	368 919
Opérations d'investissement		
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(43 512)	(35 069)
Produits des cessions d'actifs corporels et incorporels	128	285
(Augmentation) / diminution d'immobilisations financières	(2 003)	(713)
Acquisitions de sociétés et d'activités consolidées nettes de trésorerie acquise	(29 079)	(13 230)
Flux de trésorerie affectés aux opérations d'investissement	(74 466)	(48 727)
Opérations de financement		
Augmentation / (Réduction) de capital	-	-
(Achats) / Ventes nets d'actions propres	(8 694)	2 542
Augmentation des emprunts à long terme	75 570	78 406
Diminution des emprunts à long terme	(167 480)	(245 176)
Augmentation des prêts à long terme à des sociétés associées	-	-
Diminution des prêts à long terme à des sociétés associées	5 704	(8 481)
Augmentation / (diminution) des découverts bancaires	(1 033)	-
Remboursement net des dettes locatives	(40 308)	464
Intérêts financiers nets payés	(13 012)	(41 671)
Intérêts nets payés sur obligations locatives	(3 599)	(22 164)
Rachats de participations ne conférant pas le contrôle	(956)	(4 455)
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(39 820)	(164)
Dividendes versés aux minoritaires des sociétés intégrées	(1 984)	(19 771)
Dividendes reçus des sociétés non consolidées	52	-
Flux de trésorerie provenant des opérations de financement	(195 561)	(260 469)
Variation nette de la trésorerie	75 945	59 722
Incidence des variations des cours des devises sur la trésorerie	6 559	(9 207)
Trésorerie à l'ouverture	215 951	165 436
Trésorerie à la clôture	298 454	215 951

GOUVERNANCE ET STRUCTURE ACTIONNARIALE

CONSEIL D'ADMINISTRATION ⁽¹⁾

Monsieur Didier Truchot, Président du Conseil d'Administration
Monsieur Patrick Artus
Monsieur Pierre Barnabé
Madame Virginie Calmels
Madame Jennifer Hubber, Chief Client Officer
Monsieur André Lewitcki
Monsieur Filippo Pietro Lo Franco
Madame Anne Marion-Bouchacourt
Madame Sylvie Mayou
Monsieur Ben Page, Directeur général
Madame Eliane Rouyer-Chevalier
Madame Laurence Stoclet, Directeur général délégué

//////////

COMITÉ EXÉCUTIF ⁽¹⁾

Ben Page, Directeur général d'Ipsos
Laurence Stoclet, Directeur général délégué d'Ipsos, Directeur financier
Kelly Beaver, CEO Royaume-Uni et Irlande
Darrell Bricker, Global Service Line Leader Public Affairs
Christophe Cambournac, CEO Asie Pacifique (hors Chine), Moyen-Orient et Afrique
Alain Couttolenc, Chief Development Officer
Lauren Demar, Chief Growth Officer
Perrine Dufros, Global Chief Talent Officer
Shane Farrell, CEO Europe
Ralf Ganzenmueller, CEO DACH sub-region (Germany-Austria-Switzerland)
Sheryl Goodman, Group General Counsel
Jennifer Hubber, Chief Client Officer, Head of the Global Client Organization
Lifeng Liu, Chairman et CEO Chine
Hamish Munro, CEO Ipsos Interactive Services et Ipsos Operations
Carlo Stokx, CEO Europe continentale de l'Ouest
Henri Wallard, Chairman Public Affairs et Automotive and Mobility Development

//////////

CAPITAL SOCIAL ET DROITS DE VOTE D'IPSOS SA AU 31 DÉCEMBRE 2021

	Nombre d'actions	% actions	Nombre de droits de vote	% des droits de vote
DT & Partners	4 406 988	9,92 %	8 813 976	17,82 %
Didier Truchot	277 351	0,62 %	549 901	1,11 %
Public	38 233 559	86,04 %	38 363 509	77,59 %
Salariés*	970 635	2,19 %	1 718 590	3,48 %
Dont FCPE et Plan d'épargne Groupe	17 812	0,04 %	35 624	0,072 %
Auto-détention	547 702	1,23 %	0	0 %
Dont contrat de liquidité	15 581	0,04 %	0	0 %
TOTAL	44 436 235	100 %	49 445 976	100,00 %

(1) Au 18 mai 2022



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 : 123RF • Shutterstock • Unsplash

Création et réalisation : ●● ETHANE. Mai 2022

GAME CHANGERS

