

Plan de croissance 2025 : Au Coeur de la Science et de la Data

14 juin 2022

GAME CHANGERS



NOTRE CONFIANCE ET NOTRE AMBITION

ORDRE DU JOUR

1

Mon plan pour Ipsos:
Au Cœur de la Science et de la Data

2

Perspectives financières

3

Leader ESG dans le secteur des
études de marché

4

Développer des technologies de
pointe

5

Croissance aux États-Unis

6

Croissance sur d'autres marchés :
exemples de l'Inde et de la Chine

7

Conquérir dans les services clés :
Exemples dans le secteur de la santé
et le secteur public

8

Conclusion et Questions

LES BESOINS DES CLIENTS ÉVOLUENT

Tendances macroéconomiques

Opportunités



L'inflation oblige nos clients du secteur de la grande consommation à repenser leurs produits et leur marketing.



Le vieillissement de la population et l'innovation stimulent nos clients du secteur de la santé



Les pressions grandissantes sur les gouvernements nourrissent la demande d'études pour comprendre les attentes des citoyens.



La fragmentation des médias et les comportements des citoyens renforcent le besoin d'une réelle compréhension



La démondialisation aide les marques locales émergentes



La RSE impose à nos clients d'innover et de repositionner leurs marques

- **Les dirigeants d'entreprises veulent des informations fiables**
- **Les questions plus complexes exigent des approches hybrides pour une réelle compréhension**
- **Le secret, c'est la rapidité**

IPSOS EST BIEN POSITIONNÉ POUR SAISIR CES OPPORTUNITÉS

2020 Marché des études⁽¹⁾

89,7 Md\$



En quoi Ipsos est unique ?

Par l'ampleur de ses activités :

- Ipsos est présent dans toutes les industries où 60 % des recettes proviennent des secteurs des biens de consommation, des TMT, de la santé et du secteur public⁽²⁾
- Ipsos est le seul acteur qui traite TOUS les besoins en études des clients.
- Ipsos est présent dans 90 pays représentant > 95% du PIB mondial⁽³⁾

Par la force de ses compétences :

- Technologie propriétaire

ET

- Compréhension des êtres humains

Notes: (1) Rapport 2020 - Esomar Global Market Research 2021 ; (2) T1 2022; (3) IMF, 2021

NOTRE MODÈLE D'EXPLOITATION LOCAL EST UNIQUE

Les piliers du plan Total Understanding

Une forte présence de proximité

- La responsabilité des P&L appartient aux différents pays
- 90 marchés

Directeurs de clientèle senior

- 240 chargés de clientèle senior
- x12 depuis 2018

Solutions de haute qualité

- 75 services spécialisés
- Les lignes de service mondiales sont à la pointe de l'innovation et garantissent la compétitivité

Équipes globales

- Technologie
- Sciences
- Savoir
- Opérations
- Fonctions support

Nous rapprocher de nos clients, tant sur le plan local que mondial

Encourager l'investissement dans les technologies et le savoir au profit de l'ensemble du groupe

CROISSANCE SUPERIEURE A CELLE DES CONCURRENTS

Ipsos et ses plus grands concurrents mondiaux, réalisant un % significatif de leur CA dans les études de marché

	Parts de marché	Croissance organique en 2021
IQVIA – TAS ⁽¹⁾	6%	+12,4%
Nielsen Media	4%	+4,9%
Kantar	4%	+8,7%
Nielsen IQ	3%	N.C ⁽²⁾
Ipsos	3%	+17,9%
GFK	2%	N.C ⁽²⁾
Qualtrics	1%	+41%
Dynata	<1%	N.C ⁽²⁾
Westat	<1%	N.C ⁽²⁾
Intage	<1%	+3,6%
Medallia	<1%	+18,5%
Momentive	<1%	+18%
JD Power	<1%	N.C ⁽²⁾
Comscore	<1%	+3,1%

Note: (1) Division Technologie et Solutions Analytiques d'IQVIA (2) De nombreux concurrents sont détenus par des fonds privés et ne divulguent pas de données financières.

Sources: Données publiques

NOUS SOMMES PLÉBISCITÉS PAR LES ENTREPRISES DES TMT⁽¹⁾ LES PLUS PERFORMANTES

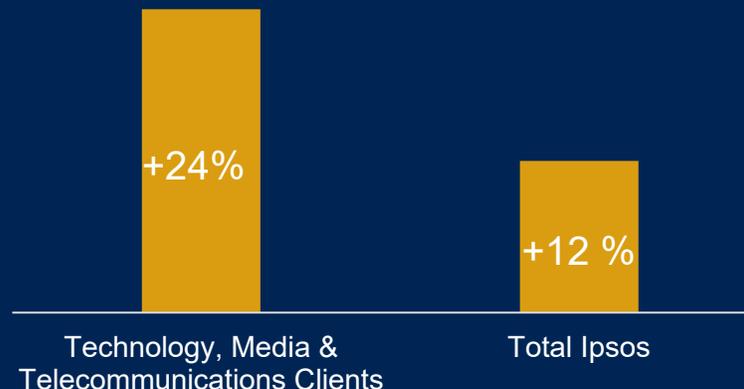


Nous sommes partenaires d'Ipsos pour comprendre les émotions que les machines ne captent pas.

Ariane Le Port - Responsable mondiale Efficacité Créative chez Google

- **Deux des GAFAM** figurent désormais dans **le top 5 des clients** d'Ipsos
- Les clients du secteur des technologies, des médias et des télécommunications favorisent la croissance et représentent désormais **18 % du CA mondial**⁽²⁾

Croissance organique T1 dans les TMT par rapport au total Ipsos⁽³⁾



Sources: Données Ipsos – (1) TMT : Technologies, Médias & Télécommunications (2) T1 2022 - (3) T1 2022 par rapport à T1 2021



ET NOUS BÉNÉFICIONS DE LA FORCE DE NOTRE RÉPUTATION ET DE NOTRE ENGAGEMENT

NOUS AVONS UNE SOLIDE RÉPUTATION

Nous travaillons avec toutes les **grandes sociétés** dans tous les secteurs

Forte couverture médiatique

La satisfaction des clients⁽¹⁾ continue d'augmenter pour atteindre 9/10

NOTRE ÉQUIPE DIRIGEANTE EST TRÈS ENGAGÉE

Ancienneté du top 200 = **13 ans**

Score d'engagement du Top 200 = **90%⁽²⁾**

Capacité à s'adapter **rapidement**

Sources: (1) Ipsos CSM (2) Enquête annuelle sur l'impulsion d'engagement

© Ipsos | Investor Day Presentation June 2022

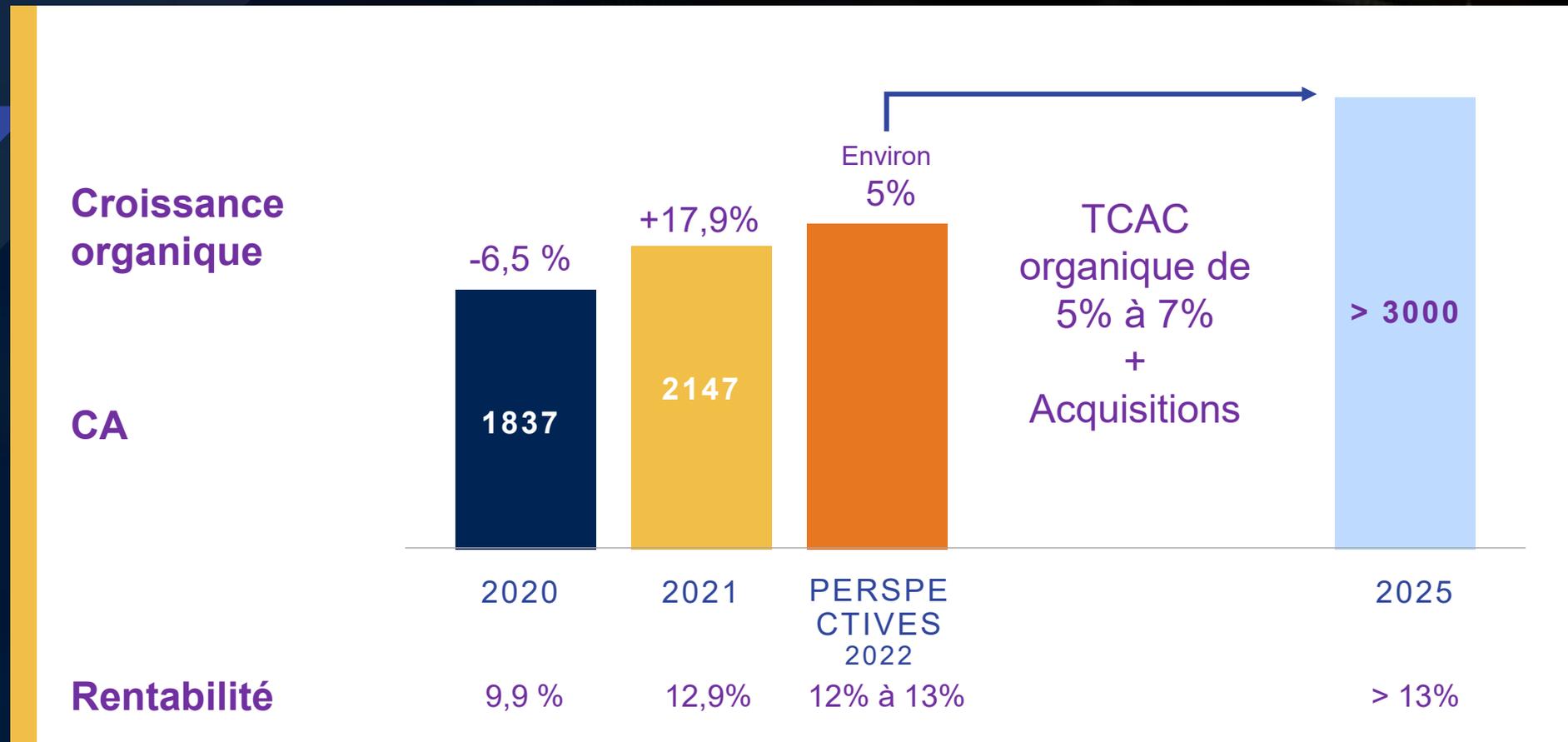
**ÊTRE LA SOCIÉTÉ
D'ÉTUDES DE
MARCHÉ LA PLUS
RECONNUE :
AU CŒUR DE LA
SCIENCE ET DE
LA DATA**



PERSPECTIVES DE CROISSANCE ORGANIQUE

- En 2019-21, nous avons visé une croissance organique de 3 % à 5 % par an (4,6 % atteints)
- Objectif confirmé pour une croissance organique autour de 5% pour 2022
- En 2023-25, nous viserons une croissance organique de 5 à 7 % par an

NOUS PREVOYONS DE DÉPASSER LES 3 MILLIARDS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES D'ICI 2025⁽¹⁾.



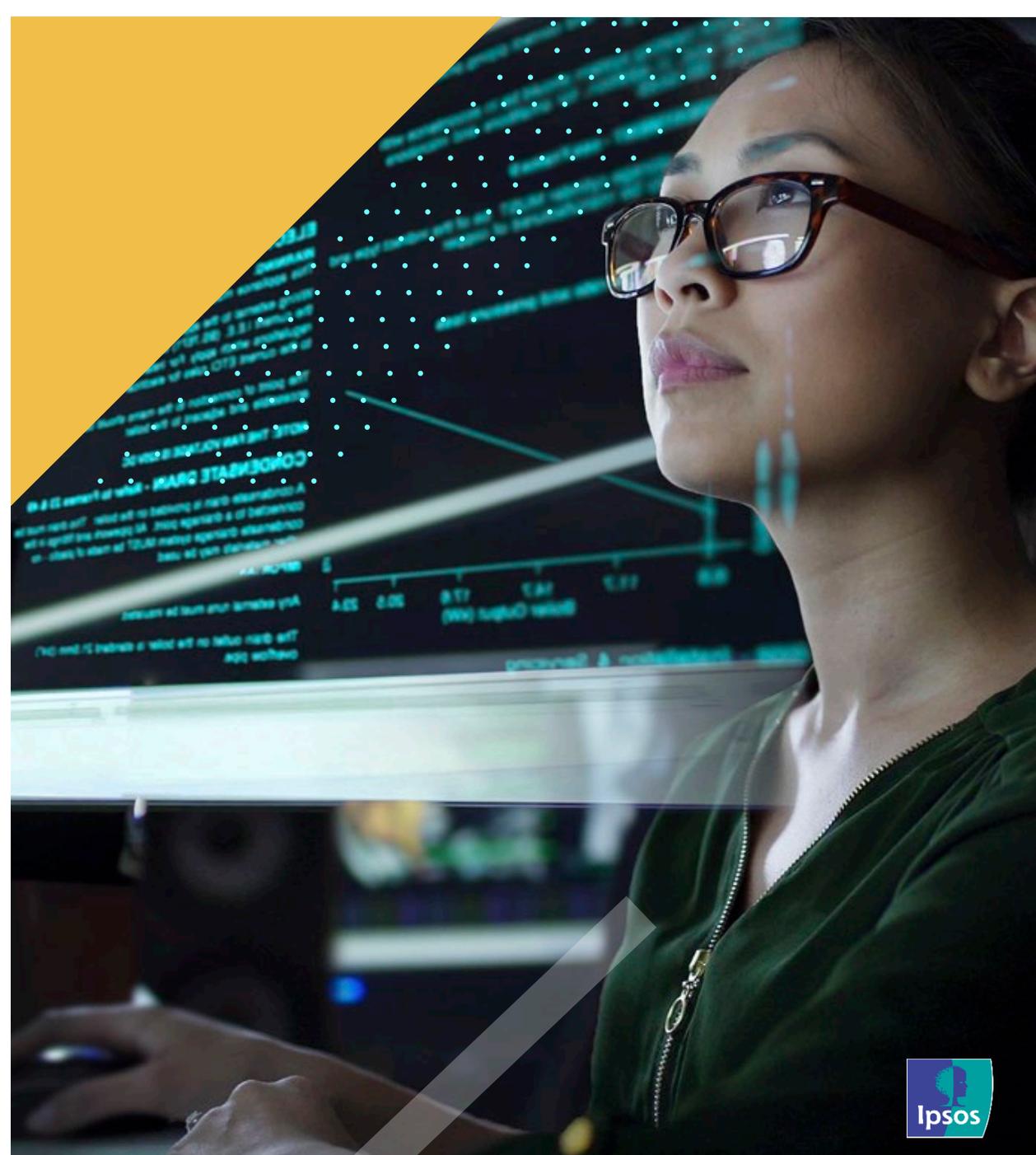
(1) Hypothèses: En supposant une stabilité globale de la demande de services d'études de marché (c'est à dire sans nouvelle pandémie, aggravation limitée de la guerre en Ukraine...). À l'exclusion des grandes opportunités d'acquisition opportunistes



QUELS MOTEURS DE LA CROISSANCE ?

**AU CŒUR DE LA
SCIENCE ET LA DATA:**

**EN ASSOCIANT LES
MEILLEURS TALENTS
ET LES MEILLEURES
TECHNOLOGIES**



UNE STRATÉGIE CLAIRE

CATALYSEURS



Augmenter les investissements dans les technologies et l'analyse des données



Maintenir les talents au cœur de notre stratégie

VECTEURS DE CROISSANCE



Se concentrer sur des zones géographiques et des services clés



Acquisitions judicieuses

NOS SOLUTIONS TECHNOLOGIQUES ET D'ANALYSE DES DONNÉES NOUS APPORTENT UNE PLUS GRANDE :

Diversité

- Elles élargissent le champ de nos services:
 - Veille sociale
 - Modélisation du mix marketing
 - Études DIY
 - Analyse des données
 - Etc.
- Elles élargissent notre base de clients
- Elles offrent des solutions hybrides répondant aux demandes complexes des clients

Rapidité

- Elles donnent aux clients plus de rapidité et de contrôle
- Elles améliorent l'efficacité interne

Proximité

- Elles libèrent du temps pour travailler plus étroitement avec les clients
- Elles donnent à nos équipes et à nos clients les moyens d'avoir un impact.

TROIS INITIATIVES CLÉS POUR UNE PLUS GRANDE « DIVERSITÉ, RAPIDITÉ, PROXIMITÉ »

**Plateforme de
production exclusive
et technologie de
pointe**

**Écosystème SaaS
Ipsos.Digital**

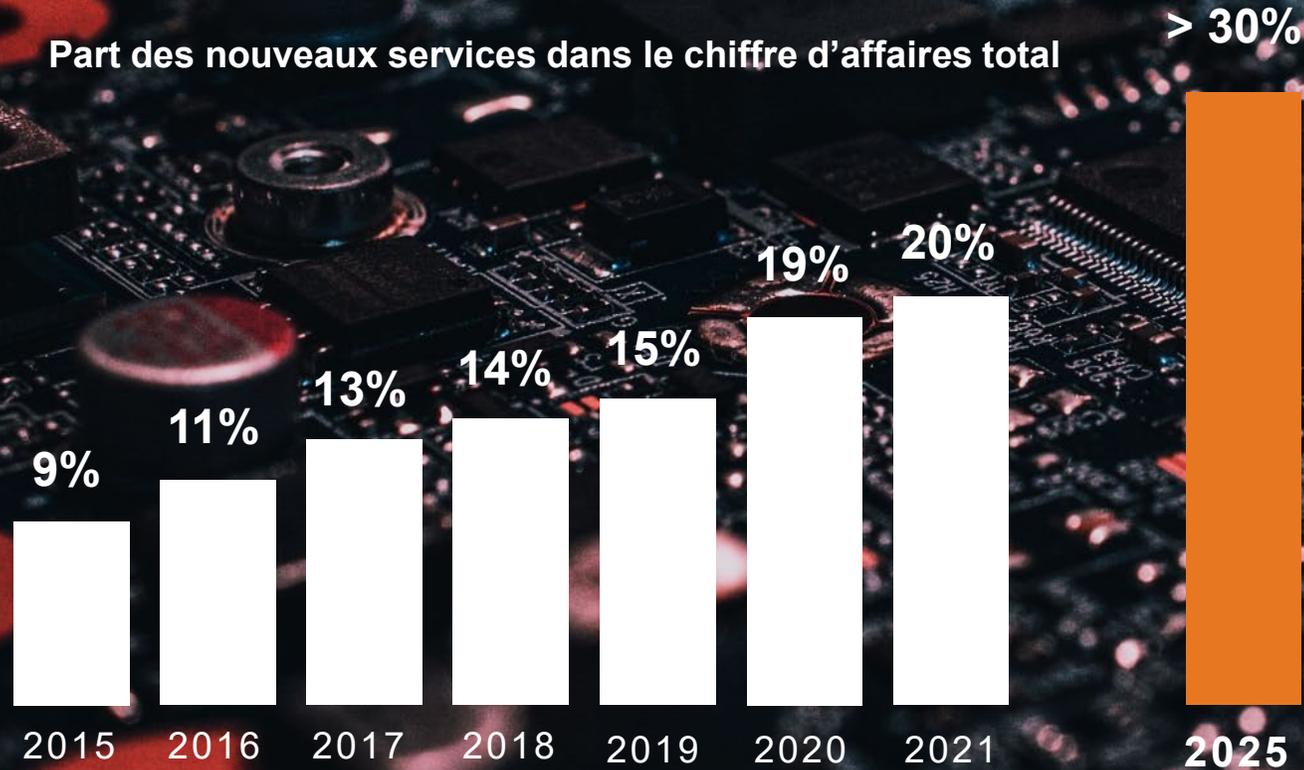
**Produits et services
d'analyse des
données**

Outils de production

**Nouveaux services
destinés aux clients
existants et aux
nouveaux clients**

LES NOUVEAUX SERVICES REPRÉSENTERONT PLUS DE 30% DE NOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES D'ICI 2025

Part des nouveaux services dans le chiffre d'affaires total



MESURER DIFFÉREMMENT

Exploiter la mesure passive et analyser les réseaux sociaux avec Synthesio



OBTENIR DES DONNÉES EN TEMPS RÉEL

Grâce à Ipsos.Digital



ANALYSER DES DONNÉES VOLUMINEUSES

Analyser rapidement de grandes quantités de données structurées et non structurées (exemple : MMA)



SERVICES DE CONSEIL

Fournir des conseils aux clients tout au long du processus

NOUS GARDERONS L'HUMAIN AU CŒUR DE NOTRE STRATÉGIE

83 %

de nos collaborateurs
sont « Fiers d'être
Ipsos » (1)

Sources: (1) Enquête annuelle Pulse auprès des salariés (Ipsos 2021). Référence mondiale= 73 %

NOUS RECRUTERONS, FORMERONS ET CONSERVERONS LES MEILLEURS EXPERTS DU SECTEUR

1

Accent mis sur le bien-être et l'objectif de devenir le « meilleur employeur » de notre secteur d'activité

2

Déploiement du nouveau programme « Client First » au sein d'Ipsos

3

Rémunération équitable :

- Ratio d'équité
- 20 % du REX⁽¹⁾ en primes et actions gratuites

4

Honorer nos engagements ESG

Notes: (1) REX=Résultat d'exploitation avant primes et coûts des programmes d'actions gratuites

NOUS NOUS CONCENTRERONS SUR DES ZONES CLÉS, EN COMMENÇANT PAR LES ÉTATS-UNIS

ÉTATS-UNIS

Reste du top 10

Autres marchés

% du CA Ipsos (1)

29 %

38 %

33 %

% du marché total(2)

53 %

25 %

21 %

- Notre **plus grande opportunité de croissance**
- Marché fragmenté
- Possibilité de croissance dans les secteurs des TMT et des services financiers
- Soutenir la croissance au **Royaume-Uni** et en **France**
- Saisir les opportunités de croissance en **Inde** et en **Chine**
- Renouveler notre ambition en **Allemagne** et au **Japon**
- Déploiement du modèle de croissance « Client First » pour mieux encadrer et **aider les équipes de direction locales**

Sources: (1) Ipsos 2021. (2) Rapport d'étude de marché mondial ESOMAR 2021

© Ipsos | Investor Day Presentation June 2022

ET SUR CERTAINS SERVICES

Ipsos.Digital

Clients Tech et Media

Secteur de la santé

Secteur public

Opportunités

- Une concurrence limitée pour les contrats mondiaux dans le secteur des produits de grande consommation
 - Possibilité de croissance en matière de recherche pour l'innovation et la publicité
- Continuer à cibler les grands acteurs technologiques
 - Se concentrer sur les GAFAM aux États-Unis mais aussi en Chine (TikTok...)
 - Tirer parti des synergies en matière de stockage et d'analyse des données
- Nombre limité de concurrents mondiaux
 - Possibilité de croissance dans l'accès au marché, l'analyse des données, les études non interventionnelles
- Pierre angulaire de Total Understanding
 - Possibilité de développement sur de nombreux marchés et devenir n°1 mondial
 - Lancement de Knowledge Panel™ dans les 27 États membres de l'Union Européenne au cours du T1 2023

NOUS PRÉVOYONS DE DÉPENSER ENTRE 100 ET 200 MILLIONS D'EUROS EN ACQUISITIONS CHAQUE ANNÉE

STRATÉGIE D'ACQUISITIONS JUDICIEUSES

Renforcer nos zones géographiques de croissance

Compléter l'offre d'Ipsos :

- **Acquisitions transformatives** dans l'analyse des données et le conseil
- **Spécialistes complémentaires** pour continuer à consolider notre part de marché

Adéquation avec les valeurs d'Ipsos

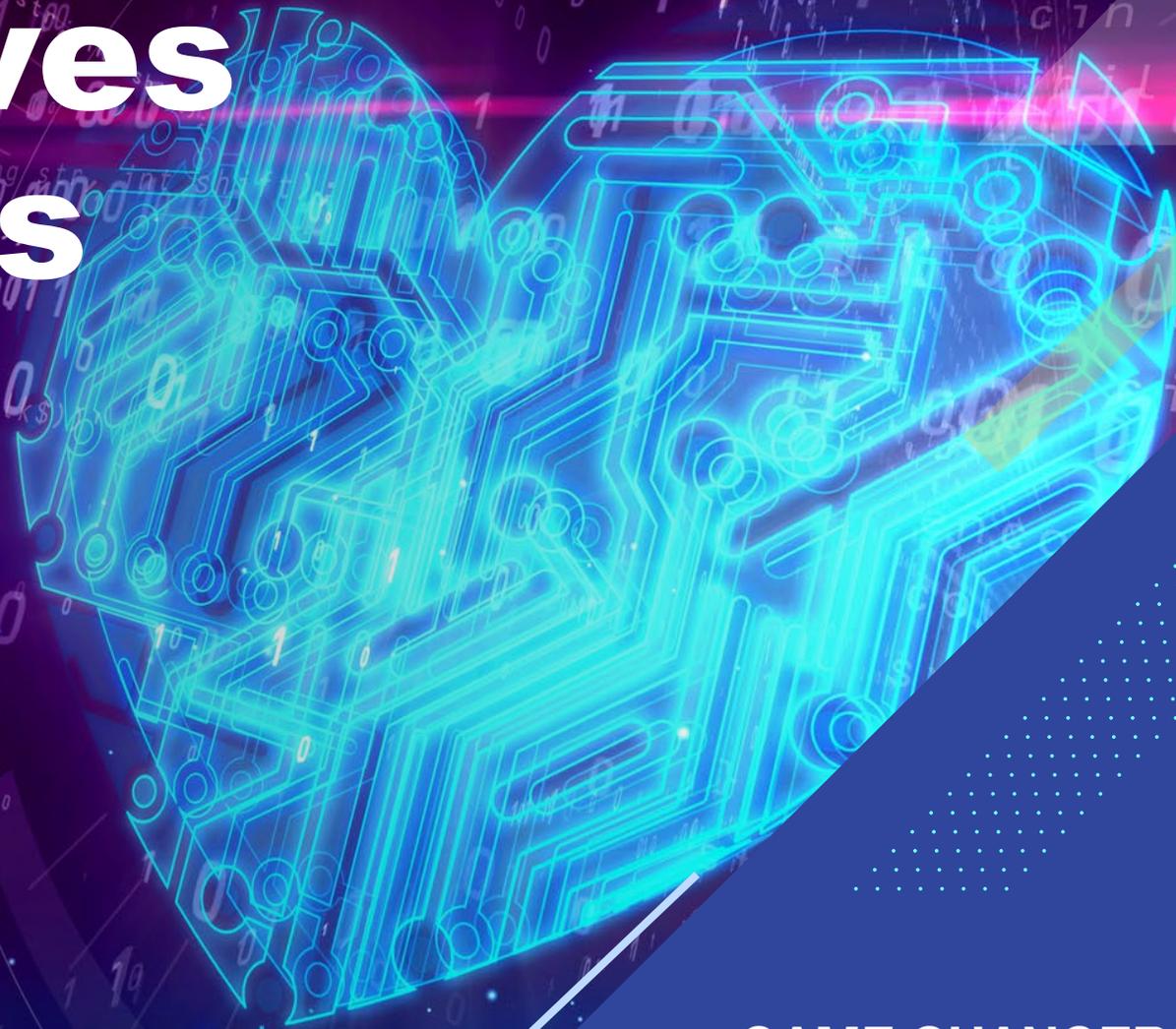
Experts confirmés souhaitant travailler avec Ipsos



Perspectives financières

Laurence Stoclet
Directeur général adjoint

Dan Levy
Directeur financier



GAME CHANGERS



UNE SITUATION FINANCIÈRE SOLIDE À LA FIN DU PREMIER TRIMESTRE 2022

En millions d'euros	31/12/2021	31/03/2022
Capitaux propres	1 342	1 403
Endettement financier net*	180	62
Ratio d'endettement	13,4 %	4,4 %
Endettement net / EBE**	x 0,5	< x 0,5
Couverture des frais financiers par la marge opérationnelle	x 22,4	> x 25

* Emprunts obligataires et bancaires nets de la trésorerie

** Ratio calculé hors impacts IFRS16

2022-2025 : PLAN D'AFFECTATION DE LA TRÉSORERIE

En M€

SOURCE DES FONDS

USAGE DES FONDS

Nouvel endettement
financier au 31/12/2025
(en maintenant le levier
à x2 au maximum)

Jusqu'à
600

Projection du flux de
de trésorerie
disponible sur 4 ans

Approx.
900

500
à
700

Acquisitions

100 à 200M€/an en moyenne

Approx.
200

Investissement supplémentaire CAPEX

Environ +50M€/an

Approx.
230

Dividendes

Entre 25% et 30% du BPA ajusté

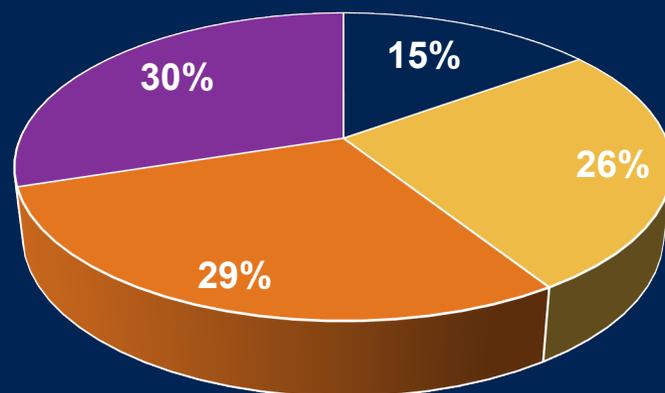
Approx.
300

Rachat d'actions

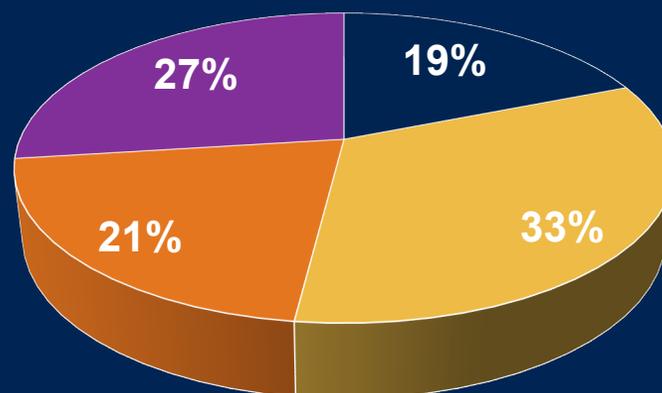
- **115M€** pour les actions gratuites des salariés
- Jusqu'à **185M€** de rachats d'actions supplémentaires (2 %/année de capital)

RÉPARTITION DE LA CRÉATION DE VALEUR SUR NOS PARTIES PRENANTES (MARGE OPÉRATIONNELLE AVANT LES BONUS)

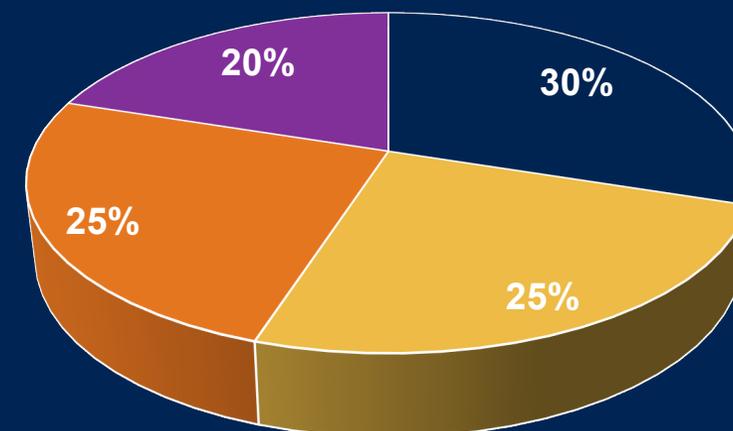
2017 : 130 M€



2021 : 238 M€



BP 2025 : Approx. 440 M€



- Investissements** (Maintenance et CAPEX exceptionnelle)
- Managers et employés** (Rémunération variable + paiements en actions)
- Actionnaires** (Dividendes + Actuels et futurs rachats)
- Impôts** (Impôts des sociétés à 25 %)

PRÉSENTATION DE DAN LÉVY

Dan apporte sa contribution à Ipsos par ses compétences éprouvées en financement, en M&A et en gestion de la trésorerie et par son expérience managériale et internationale.

Il a occupé différents postes-clés au sein de la Société Générale depuis 2010 à aujourd'hui et a travaillé aussi bien avec des midcaps qu'avec des sociétés du CAC 40 tout au long de ses fonctions.

Dan a débuté sa carrière au Ministère des Finances en France et a travaillé deux ans en tant qu'économiste pour le Ministère britannique des Finances à Londres.

Dan est diplômé de Polytechnique, de l'ENSAE et de Sciences Po Paris.



Leader ESG dans le secteur des études de marché

Ben Page
Directeur général

GAME CHANGERS



IPSOS JOUE UN RÔLE MAJEUR POUR FAIRE AVANCER LA SOCIÉTÉ



Nos travaux sur le salaire minimal pour Amazon



Comprendre les mécanismes de réduction de la consommation d'eau pour nos clients dans la beauté et la grande consommation



Accompagner les marketeurs sur les meilleures pratiques en termes de protection des données avec Google



Les impacts des investissements en soutenabilité de Mondelez



Scorecard pour les détaillants en Malaisie



Leader sur les méthodologies inclusives dans la recherche

LES FACTEURS SOCIAUX, SOCIÉTAUX ET ENVIRONNEMENTS VONT DE PAIR

Environment

Les comportements d'Ipsos pour préserver l'environnement

Société

L'attitude d'Ipsos vis-à-vis de ses collaborateurs, des communautés et des sociétés

Gouvernance

La manière dont Ipsos se gouverne, incluant la diversité et la structure de son CA

Leader de l'industrie pour les questions environnementales et sociétales

Ewa Brandt
Global CSR Officer
Head of the Ipsos Foundation

GAME CHANGERS



NOS ENGAGEMENTS ESG SONT ANCRÉS DANS NOS VALEURS

TROIS PILIERS



1^{ère} entreprise globale du marché à signer en 2008

La Fondation Ipsos, créée en 2014

+160 ambassadeurs et des milliers de volontaires



78 % de nos employés affirment qu'ils travaillent dans une entreprise inclusive qui promeut la diversité

Entre 37 % et 43 % : part des femmes parmi nos 800 dirigeants depuis 2017



Emissions de **gaz à effet de serre moyennes** par employé divisées par 2 depuis 2019

Des projets en lien avec l'environnement dans 62 pays

Initiatives de **compensation carbone** : Net Zero en France en 2022, le groupe Ipsos en 2035

Projet de **decarbonization** de notre chaîne logistique



60 réfugiés dans les équipes Ipsos

Accompagner +100 ONG

89 projets financés par la Fondation Ipsos dans 40 pays au bénéfice de milliers d'enfants et de jeunes adultes

Porter la voix de ceux qui passent inaperçus: violence contre les femmes, la réponse au Covid en Afrique, etc.

NOS RÉUSSITES SONT RECONNUES



Advanced level



ecovadis ↑

Top 1% - Platinum

Top 5% - Gold

MSCI ↑



AAA

AA

LEADER



MENU

Le Point

Palmarès RSE - Les entreprises les plus responsables en 2022 - Le Point

Découvrez en exclusivité le classement général 2022 des 250 entreprises les plus responsables de France. En partenariat avec l'institut Statista, Le Point a classé les entreprises françaises, tous secteurs d'activité confondus, en s'appuyant sur les 3 piliers de la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) : l'environnement, le social et la gouvernance. Ce classement vous permet en un coup d'oeil d'analyser la contribution des entreprises aux enjeux du développement durable grâce à un classement RSE.



Comment la gouvernance du Conseil d'administration soutiendra la croissance?

Didier Truchot

Président du Conseil d'Administration

GAME CHANGERS



NOTRE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Administrateurs exécutifs

Ben Page – *Directeur général*

Laurence Stoclet – *DG délégué*

Jennifer Hubber - *Chief Client Officer*

Administrateurs représentants des employés

André Lewitcki

Sylvie Mayou

Administrateurs indépendants

Pierre Barnabé

Virginie Calmels

Filippo Pietro Lo Franco

Anne Marion-Bouchacourt

Eliane Rouyer-Chevalier

Administrateurs non- indépendants

Patrick Artus

Didier Truchot - *Président*

Chiffres clés :

Ratio d'indépendance⁽¹⁾ = 50 %

Femmes/Hommes = 50/50 %

Non-français = 25%

Notes: (1) les Administrateurs représentants des employés sont comptabilisés dans le ratio d'indépendance

FONCTIONNEMENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

+6 réunions par an

Overview of:

- Stratégie, performance et budget
- Clôture des comptes financiers
- Acquisitions
- Nomination et sélection des top managers
- Régimes de compensation
- En relation avec les partenaires de financement et d'investissement

Comité d'Audit

Filippo Pietro Lo Franco – *Président*
Patrick Artus & Eliane Rouyer-Chevalier

Comité des Nominations et Rémunérations

Anne Marion-Bouchacourt – *Président*
Pierre Barnabé & Sylvie Mayou

Comité RSE

Vacant – *Président*
Jennifer Hubber & André Lewitcki

**Travail en cours pour élargir le lien
entre le comité RSE et la stratégie
d'Ipsos**

A L'AVENIR

Comment a évolué de Conseil récemment ?

Séparation des fonctions de Président et de Directeur général et nomination de Ben Page au Conseil d'administration

Nomination de nouveaux membres indépendants au Conseil d'administration :

- Pierre Barnabé
- Virginie Calmels

Comment va évoluer le Conseil à l'avenir ?

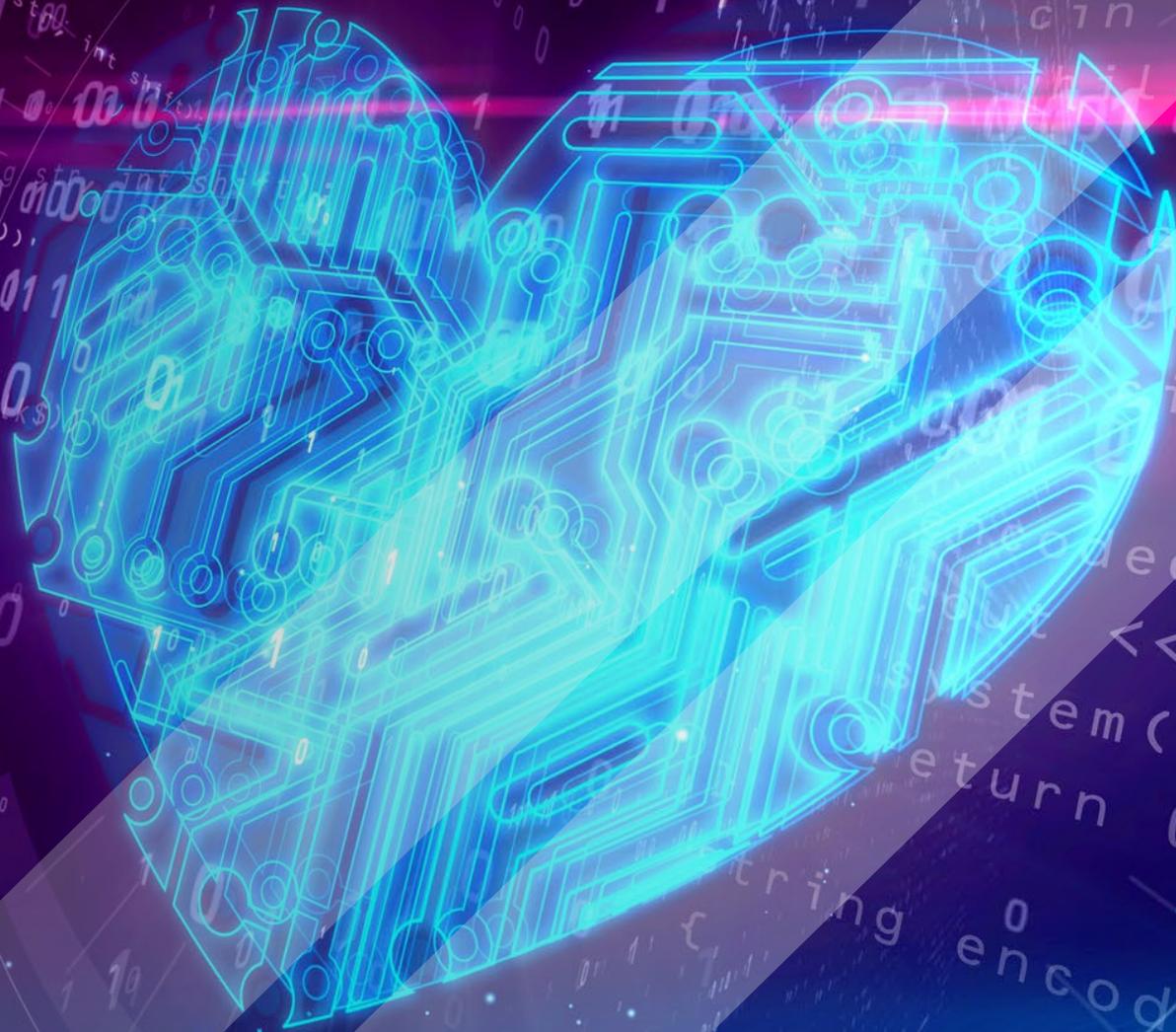
Echanges renforcés avec les actionnaires ainsi que toutes les autres parties prenantes pour améliorer notre fonctionnement

Travailler étroitement avec le Comité Exécutif de Ben Page

Simplification de la structure du Conseil :

- Fin des mandats de Directeur général délégué

MERCI.



AVERTISSEMENT

Le présent communiqué de presse contient des objectifs et des données fondés sur les points de vue et les hypothèses actuels de la direction. Ces éléments prospectifs concernant la stratégie, les calendriers et les attentes sur le marché, ainsi que des éléments concernant la croissance et la rentabilité futures. L'atteinte de ces éléments est soumise à des risques connus et inconnus. De par leur nature, ils comportent des incertitudes parce qu'ils se rapportent à des événements et à des circonstances futurs et qu'il existe de nombreux facteurs qui pourraient faire en sorte que les résultats et les développements réels diffèrent sensiblement de ceux exprimés ou sous-entendus dans le communiqué. Ces facteurs incluent, sans toutefois s'y limiter :

- *Changements dans les conditions économiques, politiques ou de marché générales ;*
- *Aggravation des événements géopolitiques défavorables, y compris l'invasion de l'Ukraine par la Russie et l'imposition de restrictions au contrôle des exportations et de sanctions internationales qui en résulte, et la montée des tensions militaires dans le monde ;*
- *l'impact d'une pandémie, y compris une prolongation de la pandémie de COVID-19 et la crise sanitaire et économique qui en résulte;*
- *Changements majeurs dans les exigences réglementaires ;*
- *L'exécution réussie des plans de rentabilité internes, y compris la réduction des coûts et les efforts de productivité;*
- *Performance client;*
- *L'exécution de la stratégie d'acquisitions ;*
- *Tout autre risque déjà divulgué dans le Document de Référence Universel 2021 (dans la section 3 – Facteurs de risque).*

Par conséquent, les résultats réels d'Ipsos peuvent différer sensiblement des plans, des objectifs et des attentes énoncés dans ce communiqué.

Tout élément prospectif contenu dans cette présentation est valable à la date de cette présentation. Ipsos n'assume aucune obligation de réviser ou de mettre à jour publiquement les déclarations prospectives à la lumière de nouvelles informations, d'événements futurs ou autrement.