



Communiqué de Presse

Troisième trimestre 2017 Un très bon rattrapage

Pour le seul troisième trimestre :
Chiffre d'affaires : 434,0 millions d'euros
Croissance organique : + 4,9 %

Paris, 26 octobre 2017 – Dans la période juillet-septembre 2017, le chiffre d'affaires d'Ipsos s'est élevé à 434 millions d'euros, en progression de 0,5 % par comparaison à la même période de l'exercice 2016.

Au cours de ce même trimestre, les effets de change marqués notamment par la détérioration de la valeur du dollar américain et de la livre sterling vis-à-vis de l'euro ont été négatifs de 3,9 % tandis que les effets de périmètre liés à la cession d'une petite activité d'études dans le secteur agricole au dernier trimestre 2016, ont pesé pour 0,5 %.

La vigueur de la croissance organique, à 4,9 %, est le fait marquant de la période. C'est la meilleure performance trimestrielle depuis 2011. Elle marque une heureuse évolution après trois trimestres pendant lesquels le chiffre d'affaires d'Ipsos avait faiblement évolué. Elle résulte de la combinaison d'un bon niveau de ventes de nouveaux programmes pendant ce trimestre de l'ordre de 4 % et d'un rattrapage annoncé dans notre communiqué du 26 juillet dernier, alors que nous avons constaté un décalage important à fin juin entre le chiffre d'affaires qui était stagnant et un niveau de vente qui était positif, au-dessus de 2 %.

Pour les neuf premiers mois de l'année 2017, le chiffre d'affaires d'Ipsos est de 1 268 millions d'euros, en légère progression de 0,2 % par comparaison avec 2016. Les effets de change sont toujours négatifs à - 1 % ainsi que les effets de périmètre à - 0,6 %. La croissance organique s'établit à 1,8 %, pas encore dans la fourchette prévue dans le cadre du plan New Way - entre 2 % et 5 % - mais évidemment en amélioration par rapport au premier semestre.

Chiffre d'affaires consolidé (en millions d'euros)	2017	2016	2015	Croissance totale de la période 2017/2016
Premier trimestre	390,1	386,9	379,6	0,8 %
Deuxième trimestre	443,7	446,7	453,3	- 0,7 %
Troisième trimestre	434,0	431,7	428,0	0,5 %
Total du 1^{er} janvier au 30 septembre	1 267,8	1 265,3	1 260,9	0,2 %
Quatrième trimestre	-	517,4	524,4	-
Total exercice	-	1 782,7	1 785,3	-

Contribution au chiffre d'affaires par zone géographique

<i>En millions d'euros</i>	2017 (9 mois)	2016 (9 mois)	2015 (9 mois)	Évolution 2017/2016	Croissance organique (9 mois)
Europe, Moyen-Orient, Afrique	548,7	543,1	555,9	1,0 %	4 %
Amériques	485,6	501,6	492,7	- 3,2 %	- 2,5 %
Asie-Pacifique	233,5	220,6	212,3	5,8 %	6,5 %
Total du 1^{er} janvier au 30 septembre	1 267,8	1 265,3	1 260,9	0,2 %	1,8 %

Toutes les régions contribuent à la croissance organique d'Ipsos au troisième trimestre 2017. L'Asie-Pacifique enregistre les meilleures performances à + 7,5 %, tandis que la zone EMEA la suit de près à + 5,8 %. La zone Amériques qui était à la traîne, retrouve une évolution positive de son activité à + 2,8 %. C'est aux États-Unis que, dans cette région, le retour à la croissance est le plus sensible.

Au total, sur 9 mois, l'écart entre les performances régionales reste important sur une base organique. À fin juin, l'écart entre l'Asie-Pacifique et les Amériques était de 11 %. Il se réduit à 9 % à fin septembre, rendant possible l'objectif futur d'une croissance plus équilibrée entre les différentes régions.

Dans le même temps, l'écart d'activité entre les pays développés - qui enregistrent une croissance sur neuf mois de 0,5 % contre une régression de 1,3 % sur les six premiers mois de l'année - et les pays émergents qui progressent de 4,5 % sur 9 mois contre 3,3 % de janvier à juin, reste significatif.

À fin septembre 2017, Ipsos réalise 33 % de son activité dans les marchés émergents contre 31 % en 2016.

Contribution au chiffre d'affaires par secteur d'activité

<i>En millions d'euros</i>	2017 (9 mois)	2016 (9 mois)	2015 (9 mois)	Évolution 2017/2016	Croissance organique (9 mois)
Études Médias et Expression des marques	276,7	277,2	289,9	- 0,2 %	1 %
Études Marketing	667,8	677,7	667,9	- 1,5 %	0,5 %
Études d'Opinion & Recherche sociale	137,5	127,8	128,6	7,5 %	9,5 %
Études pour la gestion de la Relation Client / Salarié	185,8	182,5	174,5	1,8 %	2 %
Total du 1^{er} janvier au 30 septembre	1 267,8	1 265,3	1 260,9	0,2 %	1,8 %

L'évolution de la valeur, à taux de change et périmètre constants, du chiffre d'affaires par ligne de métier reflète, elle aussi, des tendances favorables.

La reprise de la croissance est générale.



Communiqué de presse – suite – 26 octobre 2017

Ipsos Connect qui rassemble les activités d'Ipsos consacrées à la mesure des performances des médias - les canaux - et l'analyse des effets de la communication des marques sur leurs positions dans leurs marchés - les contenus - s'est finalement redressé au cours de l'été grâce à une offre renouvelée et à des gains de part de marché y compris dans l'univers des médias digitalisés. C'est lui aussi qui a le plus bénéficié du phénomène de rattrapage décrit précédemment. Sa progression est de 8,5 % sur le trimestre et de 1 % de janvier à septembre.

Ipsos Marketing qui de toutes nos lignes de métier est celle qui travaille avec la plus grande diversité de clients, a retrouvé un élan satisfaisant malgré les politiques restrictives toujours à l'œuvre parmi certaines entreprises du secteur de la grande consommation. Sa croissance organique est de 2,7 % sur le seul troisième trimestre et de 0,5 % pour la période janvier-septembre.

Ipsos Public Affairs travaille avec une grande variété d'institutions gouvernementales et non gouvernementales dans leurs programmes de recherche sociale. Ses équipes interviennent également auprès d'entreprises - souvent parmi les plus importantes - dans le cadre de la gestion de leur relation avec les institutions et le public. Le taux de croissance d'Ipsos Public Affairs avait été satisfaisant en 2016. Il est excellent depuis le début de l'année, reflétant des gains très significatifs de contrats avec ses différents segments de clients, aux États-Unis, en Europe et aussi, fait plus nouveau, dans certains pays d'Asie. On assiste ici à un phénomène de « boule de neige » où le succès appelle le succès. À l'heure où beaucoup de sociétés civiles se fractionnent, la nécessité de la gestion citoyenne, d'évaluations précises et impartiales des effets des politiques publiques, d'une plus grande prégnance des impératifs de développement durable dans la conduite des entreprises et des affaires publiques, et d'un meilleur contrôle de l'effet de l'argent dépensé rendent ces activités passionnantes et prometteuses.

Ipsos Loyalty, enfin, conduit de nombreux programmes de recherche visant à bien mesurer et à mieux comprendre la relation que les clients entretiennent avec les produits et les services qui leur sont proposés et qu'ils utilisent. Le marché est concurrentiel, en raison du développement de plateformes automatisées qui permettent par exemple de solliciter l'avis de très nombreux clients dans un temps court après qu'ils aient utilisé un produit ou un service désigné - une nuit d'hôtel, un voyage aérien, une visite d'un site online ou un contact physique avec un point de vente. En même temps, c'est un marché en croissance, moins sensible que d'autres aux difficultés que rencontrent certains utilisateurs historiques des sociétés d'étude de marché. Ipsos Loyalty bénéficiant comme Ipsos Connect des effets du rattrapage du chiffre d'affaires par relation avec les ventes, a progressé sur une base comparable de 3,7 % de juillet à septembre et de 2 % depuis le début de 2017.

Autres éléments descriptifs des conditions d'exercice de l'activité au cours des neuf premiers mois

Compte tenu des investissements prévus dans le cadre du programme New Way (5 millions de dépenses opérationnelles additionnelles en 2017), la profitabilité ainsi que la capacité d'autofinancement sont en ligne avec les objectifs annoncés pour l'ensemble de l'année.

Le ratio d'endettement au 30 septembre 2017, à 57 %, est en légère baisse par rapport à celui enregistré au 31 décembre 2016 (58 %). Grâce à ses lignes de crédit disponibles, Ipsos a remboursé l'une des tranches de son emprunt obligataire USPP pour 85 millions de dollar en septembre 2017.

Perspectives 2017

La dynamique du marché n'a pas changé.

- Les besoins d'information sur la Société, les marchés et les consommateurs / clients / citoyens croissent. En conséquence, les marchés auxquels Ipsos s'adresse sont dynamiques.
- Les clients - publics et privés - sont plus nombreux, notamment parce que la quantité d'acteurs qui interviennent sur les différents marchés continue de croître. Ils sont plus divers qu'auparavant, plus exigeants aussi, souhaitent disposer d'informations sûres, plus vite, aisées à comprendre et à utiliser, éventuellement moins coûteuses. Ils veulent aussi pouvoir disposer de dispositifs d'accompagnement leur permettant de mieux intégrer les informations ainsi disponibles dans leurs organisations, leurs processus de décision ou tout autre process dont ils attendent une amélioration de leurs performances.
- La stabilisation de la situation dans de nombreux pays émergents se confirme.
- La multiplication des sources d'information sur les comportements et les points de vue des personnes – via les réseaux sociaux, les sites d'e-commerce, les bases de données comportementales entre autres, est au sens strict de l'expression un challenge et une opportunité.
- Les sociétés comme Ipsos disposent de nombreux atouts à commencer par leur expérience et leurs connaissances scientifiques, techniques, opérationnelles, leur réputation et leur neutralité et, enfin et peut-être surtout, le professionnalisme d'équipes importantes, engagées, expertes, réparties dans toutes les villes et marchés importants. Ipsos considère que de disposer de bureaux dans plus de 200 villes et plus de 80 pays lui donne une compréhension des situations locales et parfois, de leurs spécificités par comparaison avec l'évolution des marchés globaux, qui est essentielle dès lors qu'il s'agit d'accéder à de vraies personnes, ayant de vrais sujets de préoccupation et de vrais centres d'intérêt. Comprendre le monde et les marchés, c'est aussi comprendre les groupes et les gens qui les composent.
- Enfin, les sociétés établies - Ipsos en est une - ne peuvent pas sous-estimer et encore moins ignorer que le développement des technologies, la fragmentation des marchés, l'hyper concurrence ne valent pas que pour leurs clients mais aussi pour elles-mêmes.

Le programme New Way a permis à Ipsos d'innover, de rester en contact avec ses clients, de comprendre leurs besoins anciens et nouveaux au fur et à mesure que l'irruption des réseaux et solutions digitales transformaient leurs propres marchés. Ipsos a pu rester dans le marché et croître, certes à un rythme modeste mais plus vite que ses concurrents directs, grâce à ce programme et aux Nouveaux Services. Pour les neuf premiers mois de 2017, ils représentent 13 % du chiffre d'affaires. À taux de change et périmètre constants, ils progressent de 13 %, moins vite qu'au cours des six premiers mois, mais toujours au-dessus de la barre des 10 %.

Pourtant New Way n'est qu'une entrée en matière. Le programme « Total Understanding » qui, au début de 2018 va lui succéder, est plus ambitieux. Il ne va pas s'agir d'ajouter mais de changer. L'objectif du nouveau plan qui couvrira la période 2018-2020 est de s'assurer que les clients d'Ipsos trouveront, auprès des équipes, toutes les solutions d'investigation, d'analyse et de reporting qui leurs permettront en toute sécurité de disposer des informations et des solutions d'accompagnement dont ils pourraient estimer avoir besoin afin de conduire leur propre transformation.

Un point d'étape relatif au plan « Total Understanding » sera rendu public à l'occasion de la publication des résultats 2017 d'Ipsos en février 2018.

D'ici la fin de l'année, le chiffre d'affaires d'Ipsos continuera d'évoluer favorablement. Le décalage entre les ventes et le chiffre d'affaires, très important à fin juin puisqu'il atteignait plus de 200 points de base a été partiellement mais pas totalement comblé au troisième trimestre. À fin septembre il est de près de 100 points de base.



Communiqué de presse – suite – 26 octobre 2017

En juillet, Ipsos indiquait que son chiffre d'affaires, à taux de change et périmètre constants, connaîtrait une évolution positive comprise entre 1 et 3 %. Confirmant cette indication, Ipsos considère aujourd'hui que la croissance de son chiffre d'affaires annuel devrait plus précisément se situer au-dessus de 2%, malgré le maintien de positions restrictives de certains de ses clients historiques, notamment dans le secteur de la grande consommation. Au quatrième trimestre comme au troisième trimestre, la croissance sera le résultat d'un effet de « rattrapage » et de la dynamique des ventes. De son côté, la marge opérationnelle courante sera comme prévu légèrement plus élevée qu'en 2016.

Publication des résultats annuels 2017 : 28 février 2018.

GAME CHANGERS

« Game Changers » est la signature publicitaire d'Ipsos.

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux à propos des individus, des marchés, des marques et de la société. Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation.

Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques.

Nous leur délivrons sécurité, simplicité, rapidité et substance.

Nous sommes des Game Changers.

Ipsos est coté sur l'Eurolist de NYSE-Euronext.

Code ISIN FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com