



Communiqué de Presse

Troisième trimestre 2018 Croissance ralentie par des événements non récurrents

9 mois

Croissance organique : + 1 %
Chiffre d'affaires : 1 213,9 millions d'euros

3 mois (T3)

Croissance organique : 0 %
Chiffre d'affaires : 427,9 millions d'euros

Paris, 25 octobre 2018 – De juillet à septembre, le chiffre d'affaires d'Ipsos s'est établi à 427,9 millions d'euros, à comparer à 434 millions d'euros en 2017, soit une baisse de 1,4 % en euros courants. Les effets de change sont négatifs de 1,2 %.

Pour les neuf premiers mois de 2018, le chiffre d'affaires est de 1 213,9 millions d'euros. Il était de 1 267,8 millions d'euros en 2017. La baisse, en euros courants sur neuf mois, est de 4,3 %. Sur la période, les effets de change sont négatifs de 5,2 %, les effets de périmètre et les ajustements comptables liés à la mise en place d'IFRS 15 sont négligeables. La croissance organique au cumul s'établit à 1 %, soit légèrement moins que prévu puisqu'Ipsos estimait en début d'exercice pouvoir croître, sur une base comparable, dans une fourchette comprise entre 2 et 3 %.

Chiffre d'affaires consolidé <i>(en millions d'euros)</i>	2018	2017	2016	Croissance totale de la période 2018/2017
Premier trimestre	367,0	390,1	386,9	- 5,9 %
Deuxième trimestre	419,0	443,7	446,7	- 5,6 %
Troisième trimestre	427,9	434,0	431,7	- 1,4 %
Chiffre d'affaires 9 mois	1 213,9	1 267,8	1 265,3	- 4,3 %
Quatrième trimestre	-	512,7	517,4	-
Total exercice	-	1 780,5	1 782,7	-

Contribution au chiffre d'affaires par zone géographique

<i>En millions d'euros</i>	2018 (9 mois)	2017 (9 mois)	Évolution 2018/2017	Croissance organique (9 mois)
Europe, Moyen-Orient, Afrique	535,2	548,7	- 2,5 %	0,5 %
Amériques	440,7	485,6	- 9,2 %	- 1 %
Asie-Pacifique	238,0	233,5	1,9 %	6,5 %
Chiffre d'affaires 9 mois	1 213,9	1 267,8	- 4,3 %	1 %

Les évolutions régionales déjà constatées dans la première partie de l'exercice 2018 se sont confirmées voire accentuées au troisième trimestre.

- Ipsos en Asie-Pacifique progresse, sur une base comparable de 6,5 % en neuf mois et même de 8,9 % sur le seul troisième trimestre, porté notamment par d'excellentes performances en Chine et en Inde qui sont déjà et seront encore davantage dans les années qui viennent, les deux marchés phares de la région.
- Le chiffre d'affaires d'Ipsos connaît une évolution légèrement positive en EMEA (Europe, Moyen-Orient et Afrique) sur la période janvier-septembre. La croissance organique est de + 0,5 % malgré une décroissance de 1,2 % sur le seul troisième trimestre, notamment en raison de difficultés rencontrées dans certains pays arabes et aussi deux ou trois marchés d'Europe de l'Ouest. Par contre, l'activité reste soutenue en Afrique de l'Ouest, en Europe de l'Est et même en Turquie, sans doute aidée dans ce pays par la position dominante qu'Ipsos y occupe.
- Les Amériques sont la zone la moins satisfaisante avec un recul, toujours sur une base comparable de 1 % sur neuf mois et de 2,9 % sur le seul troisième trimestre. Plusieurs raisons sont à l'œuvre et l'expliquent chacune pour leur part. L'environnement macro (économique et politique) est médiocre dans beaucoup de pays d'Amérique latine. En Amérique du Nord, la rotation sectorielle évoquée à plusieurs reprises depuis deux ans est toujours à l'œuvre. Les entreprises des secteurs de la grande consommation réduisent de façon importante des budgets d'études marketing attribués à Ipsos et à ses confrères. Cette décroissance est compensée en partie et seulement en partie par une activité plus intense avec les entreprises pharmaceutiques, les GAFA et plus généralement les sociétés ayant une activité centrée sur des technologies et des plateformes.

Contribution au chiffre d'affaires par segment d'audience

Par type d'activité, la nouvelle organisation d'Ipsos rend impertinente l'ancienne déclinaison par ligne de métiers.

Dans ce communiqué et dans ceux qui suivront, une nouvelle segmentation apparaît à la fois pour 2018 et 2017. Elle s'appuie sur l'identité des personnes qui sont les sujets du travail de recherche d'Ipsos et sur la différenciation entre consommateur, client et citoyen. Pour plus de clarté, nous avons précisé quelles sont les Lignes de Service – ou regroupement de services – qui représentent les recherches faites auprès de personnes définies à titre principal comme étant des citoyens ou des clients ou des consommateurs. Un quatrième segment apparaît regroupant les travaux conduits auprès des médecins, professionnels de la santé et patients, à l'exclusion des recherches destinées à mesurer l'efficacité perçue des politiques publiques ou privées (Fondations) dans le domaine de la santé qui sont classées, elles, dans le segment « citoyen ». Cette nouvelle typologie possède, comme tout classement, une part d'arbitraire. Elle répond néanmoins à une réalité dans une Société en pleine transformation, où les référents qualifiant les gens – citoyens / clients / consommateurs / patients – se rapprochent sans se confondre. Notre compagnie, pour ce qui la concerne, intervient de multiples façons comme en témoigne la diversité des 75 services et 17 Lignes de Service qu'elle opère.

<i>En millions d'euros</i>	2018 (9 mois)	2017 (9 mois)	Évolution 2018/2017	Croissance organique (9 mois)
Consommateurs (1)	745,5	789,5	- 5,9 %	- 0,5 %
Clients et salariés (2)	200,4	208,6	- 4,1 %	2 %
Citoyens (3)	143,3	136,8	4,6 %	9 %
Médecins et patients (4)	124,7	132,9	- 6,7 %	0 %
Chiffre d'affaires 9 mois	1 213,9	1 267,8	- 4,3 %	1 %

Répartition des Lignes de Service par segment d'audience :

- (1) *Audience Measurement, Brand Health, Clinics & Mobility Labs, Creative Excellence, Innovation, Ipsos UU (hors pharma), Ipsos MMA, Market Strategy & Understanding, Observer (hors secteur public), Media Development, Social Intelligence Analytics*
- (2) *Customer Experience, Market Measurement, Mystery Shopping, Quality Measurement, Retail Performance, ERM*
- (3) *Public Affairs, Corporate Reputation*
- (4) *Healthcare (quantitative et qualitative)*

La croissance organique, pour les neuf mois de 2018, est très centrée sur le segment « citoyens » reflétant et confirmant les informations publiées au cours des trimestres précédents sur le succès de la ligne de métier « études d'opinion et recherche sociale ». L'activité la plus affectée négativement par la transformation des marchés est celle qui opère auprès des consommateurs. C'est ici que les entreprises de la grande consommation interviennent avec la plus grande régularité.

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

Les ratios de profitabilité et de capacité d'autofinancement n'ont pas évolué depuis la publication.

Le ratio d'endettement net au 30 septembre 2018, à 50,8 %, est en baisse par rapport à celui enregistré au 30 septembre 2017 (57,4 %).

Le 21 septembre 2018, grâce au succès de son émission obligataire inaugurale d'un montant de 300 millions d'euros à échéance 7 ans (coupon annuel de 2,875 %), Ipsos a pu allonger la maturité de son profil d'endettement et de diversifier sa base d'investisseurs crédit.

Le produit net de cette émission a été affecté aux besoins généraux de l'entreprise, incluant le refinancement de certaines dettes existantes. Il a permis de financer l'acquisition des actifs de GfK Research, finalisée le 10 octobre.

Le 17 septembre, Ipsos avait également refinancé sa principale facilité bancaire multidevises, qui datait d'août 2013, à 5 ans (avec une option de deux années supplémentaires), pour un montant de 160 millions d'euros et des conditions financières améliorées.

Ipsos tient à remercier vivement pour leur confiance ses banques partenaires qui l'ont accompagné dans cette opération : Banco Sabadell, BNP Paribas, Commerzbank, le groupe Crédit Agricole (Crédit Agricole Corporate and Investment Banking, Caisse Régionale de Crédit Agricole Mutuel de Paris et d'Ile de France et Crédit Lyonnais), le Crédit Industriel et Commercial, HSBC France, et Société Générale Corporate & Investment Banking.

Ces opérations de refinancement permettent à la société de disposer de lignes de crédit non utilisées de plus de 400 millions d'euros.



Communiqué de presse – suite – 25 octobre 2018

Perspectives 2018

La mise en œuvre du projet « Total Understanding »

L'activité d'Ipsos au troisième trimestre est moins forte qu'attendue.

Même si le marché auquel Ipsos s'adresse poursuit sa transformation et reste très compétitif, deux événements non récurrents ont aussi joué leur rôle.

« Distractions » temporaires, le projet « Total Understanding » et l'acquisition de certaines activités de GfK ont ensemble contribué à freiner l'activité d'Ipsos au troisième trimestre. Enfin, on devra noter l'existence d'un effet de base difficile à compenser, en 2017, de juillet à septembre Ipsos a crû, sur une base comparable, de 4,9 % pour une performance annuelle de 2,4 %. Le troisième trimestre de 2017 avait été le meilleur de l'année. En 2018, le troisième trimestre sera, à l'inverse, le plus difficile.

La mise en place de la nouvelle organisation résultant du projet « Total Understanding » a commencé le 1^{er} juillet. Au cours de l'été, dans les 89 pays et 200 bureaux à partir desquels Ipsos opère, des milliers de personnes ont dû prendre et apprendre leurs nouvelles fonctions, les nouveaux systèmes hiérarchiques et collaboratifs qui leur permettent de connaître leurs rôles, leurs responsabilités et leurs objectifs. Cette mise en place se déroule bien. Elle occasionne peu de situations difficiles, de conflits internes et/ou de dysfonctionnements. Elle doit permettre à Ipsos d'être plus compétitif, plus agile, plus proche de ses clients et de leurs besoins. Elle a aussi distrait les équipes de leurs activités habituelles. Beaucoup de responsables d'Ipsos et leurs équipes ont dû réallouer une partie de leur temps à apprendre et à comprendre et à mettre en place les nouvelles règles du jeu. L'attention portée aux sujets internes a, très vraisemblablement, conduit de façon temporaire à moins de présence auprès des clients et donc, in fine, à une activité commerciale moins soutenue que souhaitée.

L'opération de rachat de certains actifs de GfK a constitué toujours au cours de ce trimestre un deuxième événement d'envergure.

Ipsos est très positif sur les opportunités résultant de l'acquisition auprès de GfK d'un chiffre d'affaires important, généré dans 26 pays par un millier de professionnels transférés à Ipsos en même temps que les contrats dont ils avaient la charge. Pour avoir été souvent en concurrence avec eux, nous connaissons leur talent, leur savoir et leur savoir-faire, leurs capacités techniques et commerciales. Nous les avons accueillis avec une date effective au 1^{er} octobre au sein d'Ipsos avec plaisir.

Plusieurs de nos Lignes de Service, singulièrement celles qui travaillent avec les institutions publiques et privées sur des dimensions citoyennes, celles qui opèrent des recherches dans le secteur de la pharmacie et celles qui aident les entreprises à gérer leurs relations avec leurs clients et leurs programmes d'innovation s'en trouvent renforcées. D'un point de vue géographique, les pays développés (US, UK, Allemagne, pays européens du Nord) ont accueillis la très grande majorité des nouveaux collaborateurs d'Ipsos et voient donc grandir leur importance relative.

Bien sûr, cette importante opération et ses conséquences immédiates tant dans la préparation de la gestion de nombreux projets d'étude que dans celle de l'intégration de nouveaux collaborateurs a éloigné de nombreux dirigeants et cadres d'Ipsos de leur activité habituelle. En ce sens, elle a représenté une seconde distraction conjointement à la mise en place du projet « Total Understanding ».

Très vite, l'inclusion de ces activités va, au contraire, renforcer Ipsos et améliorer ses performances. Notre compagnie aura, à nouveau, participé au nécessaire mouvement de consolidation de notre industrie. Ainsi, nous pouvons plus facilement accompagner nos clients en les mettant en relation avec des équipes plus importantes, dans plus de pays, capables de mieux traiter leurs problématiques nouvelles ou plus traditionnelles.

Grâce à la transaction négociée avec GfK, les équipes d'Ipsos seront plus proches de nombreux clients dans plusieurs secteurs vitaux tels que la pharmacie, les transports, les services financiers et ont acquis ou renforcé des savoir-faire importants. Elles sont plus nombreuses, mieux réparties par géographie et par secteur, plus souvent en position de leadership dans leurs marchés respectifs.

L'activité d'Ipsos un peu au quatrième trimestre et surtout en 2019, portera la marque de cette utile opération de croissance et d'autres transactions qui seront annoncées dans les semaines prochaines.



Communiqué de presse – suite – 25 octobre 2018

Par conséquent, malgré la persistance des changements dans le marché des études, et les effets toujours perceptibles de la mise en place du projet « Total Understanding », des efforts consentis pour faciliter une intégration réussie des équipes et des activités acquises auprès de GfK, Ipsos anticipe un quatrième trimestre meilleur que le troisième trimestre même s'il paraît compliqué de modifier en profondeur, sur une période de trois mois, les résultats enregistrés sur neuf mois.

Des informations plus précises relatives à l'activité d'Ipsos et à ses marges à la fin de 2018, 2019 et des années suivantes seront rendues publiques au cours de la « journée investisseurs » qui se tiendra à Paris dans les locaux de la société le 7 novembre prochain.

Une journée investisseurs est organisée le 7 novembre 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