

Troisième trimestre 2019 Croissance confirmée

9 mois

Croissance organique : +3%
Chiffre d'affaires : 1 402,7 millions d'euros, + 15,5%

3 mois (juillet / septembre)

Croissance organique +3%
Chiffre d'affaires : 499,4 millions d'euros, + 16,7%

Paris, 24 octobre 2019 – Le chiffre d'affaires enregistré par Ipsos au troisième trimestre de l'exercice 2019 s'établit à 499,4 millions d'euros, en progression de 16,7% par comparaison avec la même période de 2018.

Les effets de périmètre liés à l'acquisition de quatre divisions de Gfk au cours du dernier trimestre 2018, et de Synthesio, plateforme d'analyse des réseaux sociaux, contribuent à cette excellente performance pour 11,7% soit davantage qu'au cours du premier semestre.

Les effets de change sont positifs pour 2%. Enfin, la croissance organique est de 3% quasi équivalente au rythme enregistré dans les six premiers mois de l'année.

Pour la période de janvier à septembre, le chiffre d'affaires d'Ipsos progresse de 15,5% à 1 402,7 millions d'euros. L'inclusion des acquisitions compte pour 10,7% et les effets de change sont positifs pour 2%. La croissance organique est de 3%, donc au même niveau qu'au cours du premier semestre.

Chiffre d'affaires consolidé (en millions d'euros)	2019	2018	2017	Croissance totale sur la période 2019/2018
Premier trimestre	422,1	367,0	390,1	15,0%
Deuxième trimestre	481,3	419,0	443,7	14,9%
Troisième trimestre	499,4	427,9	434,0	16,7%
Chiffre d'affaires 9 mois	1 402,7	1 213,9	1 267,8	15,5%
Quatrième trimestre	-	535,6	512,6	-
Total exercice	-	1 749,5	1 780,5	-

Contribution au Chiffre d'affaires consolidé par zone géographique

Par zone géographique, les évolutions sont semblables sur le troisième trimestre, et le cumul des trois premiers trimestres de 2019, à celles qu'Ipsos avait publiées sur le seul premier semestre.

Toutes les régions progressent, davantage l'Asie Pacifique que les Amériques ou l'Europe, Moyen-Orient et Afrique. Les marchés émergents pour les neuf premiers mois de 2019 sont plus dynamiques que les pays développés, avec des croissances organiques respectives de 4,6% et 2,2%. L'écart des performances entre ces deux zones s'est réduit au fil de l'année. Cet écart était de 3,5 points à fin juin. Il n'est que de 2,4 points à fin septembre, grâce notamment à d'excellentes performances aux Etats-Unis et en Grande-Bretagne.

Néanmoins, les pays où l'activité progresse le plus vite sont, comme depuis plusieurs trimestres : l'Inde, la Chine, la Russie, et d'autres marchés « émergents » de plus petite taille.

<i>En millions d'euros</i>	Q3 2019 (9 mois)	Q3 2018 (9 mois)	Evolution 2019/2018	Croissance organique (9 mois)
Europe, Moyen-Orient et Afrique	607,4	535,2	13,5%	1%
Amériques	529,3	440,7	20,1%	3%
Asie-Pacifique	266,0	238,0	11,8%	7%
Chiffre d'affaires 9 mois	1 402,7	1 213,9	15,5%	3,0%

Contribution au chiffre d'affaires par segment d'audience*

Les variations d'une période à l'autre sont limitées et peu significatives. Le segment de recherche auprès des citoyens (opinion publique, recherche sociale, évaluation des politiques publiques...) reste le plus performant, devant le segment des travaux conduits auprès des médecins et patients.

En millions d'euros	Q3 2019 (9 mois)	Q3 2018 (9 mois)	Contribution	Evolution 2019 /2018	Croissance organique (9 mois)
Consommateurs ¹	668,5	615,0	47,7%	8,7%	2%
Clients et salariés ²	337,8	285,3	24,1 %	18,4%	2%
Citoyens ³	186,0	140,5	13,3 %	32,4%	7%
Médecins et patients ⁴	210,3	173,2	15,0 %	21,5%	4%
Chiffre d'affaires 9 mois	1 402,7	1 213,9	100%	15,5 %	3,0%

**Répartition des Lignes de Service par segment d'audience : l'analyse de la répartition du chiffre d'affaires par segment d'audience est une donnée extra-financière, susceptible d'évoluer dans le temps en fonction de l'évolution de l'organisation des équipes d'Ipsos.*

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)

Au total, toutes les régions et audiences progressent rendant la performance d'Ipsos solide et pérenne.

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 ont évolué en ligne avec nos attentes, qui prenaient en compte une intégration progressive des activités rachetées à GfK (« Customer Experience » ; « Experience Innovation » ; « Health » et « Public Affairs »), entre octobre 2018 et octobre 2019. Cette période de transition était nécessaire à la continuité et à la qualité des données livrées aux clients et s'est bien achevée comme prévu, sachant que la rentabilité de ces divisions était inférieure à la moyenne du groupe Ipsos en 2018 et devrait la rejoindre à l'horizon 2020.

Le ratio d'endettement net au 30 septembre 2019, à 60%, est stable par rapport au 30 juin 2019 (59%) et en augmentation par rapport à celui enregistré à la clôture de la même période l'an dernier (30 septembre 2018 : 51%) en raison des acquisitions réalisées à la fin de 2018 (notamment GfK Research et Synthesio).

Enfin, la société dispose d'une bonne position de liquidité au 30 septembre 2019, avec une trésorerie de 106 millions d'euros et des lignes de crédit non utilisées de plus de 400 millions d'euros.

PERSPECTIVES 2019

La nouvelle organisation d'Ipsos, mise en place à partir du milieu de 2018, et totalement opérationnelle depuis le premier janvier 2019, porte ses fruits. Le projet Total Understanding répond à un objectif précis : permettre à Ipsos, spécialiste de la collecte et du traitement de l'information sur la Société, les Marchés et les Gens, d'être un acteur important auprès des entreprises et des institutions souhaitant maîtriser les flux d'informations qu'ils achètent ou qu'ils reçoivent aux fins d'être plus pertinents dans la conduite de leurs projets.



COMMUNIQUE DE PRESSE

Aucune entreprise, aucune institution, ne peut faire l'économie d'élaborer et de conduire des projets de transformation.

La société et les marchés sont en évolution rapide : parfois pour le mieux, parfois pour le plus difficile. La fragmentation des opinions et des usages, la relocalisation ou la déglobalisation des activités, la volatilité des goûts et des réglementations, la multiplication et la dissémination des idées et des rumeurs, vraies ou fausses, nouvelles ou éculées, rendent toutes les organisations privées ou publiques avides d'informations solides et compréhensibles. Elles expriment également le besoin d'être accompagnées et aidées avec l'objectif de décider mieux et d'agir plus vite.

Ipsos, comme les autres acteurs du marché, comme ses concurrents traditionnels, grands et petits, comme les sociétés de conseil, comme les plateformes issues du monde de la technologie est dans une situation paradoxale, et finalement positive.

La demande de services qui lui est adressée croît en même temps qu'elle se transforme. Ipsos doit produire plus d'informations, de meilleure qualité, plus vite sur des spécifications et des usages finaux plus précis et si possible à moindre coût. Ipsos doit, en outre – et là est tout l'intérêt du marché dans lequel il intervient – veiller à ce que ces informations, celles qu'il produit et beaucoup d'autres auxquelles il peut avoir accès, comprises. L'objectif est clair à exprimer : il s'agit pour les entreprises et les institutions d'obtenir un avantage décisif : décider en étant bien informées.

Le projet Total Understanding se comprend par son nom même.

Ipsos propose à ses clients les moyens, les outils, les équipes qui doivent leur permettre d'échapper au brouhaha, d'éliminer les idées convenues ou les fausses pistes, alors même qu'ils doivent, dans des environnements concurrentiels exigeants, prendre toujours plus de décisions sur plus de sujets, dans plus de marchés, plus vite.

A l'occasion de la journée investisseurs qui se tiendra à Londres le 7 novembre, les équipes d'Ipsos présenteront des exemples de ce que le projet Total Understanding leur permet de réaliser avec les clients de la compagnie, à leur demande et à leur profit.

En tout cas, l'effort entrepris porte ses premiers fruits. Pour l'ensemble de l'année 2019, la croissance organique d'Ipsos sera de 3% ou plus. A condition que les taux de change restent stables d'ici à la fin décembre, le chiffre d'affaires total d'Ipsos sera en 2019 supérieur à 2 milliards d'euros.

Il avait dépassé la barre du milliard d'euros en 2010, il y a donc moins de dix ans. Comme déjà annoncé, la marge opérationnelle d'Ipsos sera en 2019, comme en 2018, voisine de 10%.



COMMUNIQUE DE PRESSE

Journée Investisseurs

Jeudi **7 novembre** 2019
De 9h30 à 12h30
Ipsos MORI, 3 Thomas More Square
E1W 1YW London

À PROPOS D'IPSOS

Ipsos est la troisième société d'études de marchés et de sondage au monde, présent dans 90 marchés et comptant plus de 18 000 collaborateurs.

Nos chercheurs, analystes et scientifiques sont passionnément curieux et ont développé des capacités multi-spécialistes qui permettent de fournir des informations et des analyses poussées sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des employés. Nos 75 solutions s'appuient sur des données primaires provenant de nos enquêtes, de notre suivi des réseaux sociaux et de techniques qualitatives ou observationnelles.

Notre signature « Game Changers » résume bien notre ambition d'aider nos 5 000 clients à évoluer avec confiance dans un monde en rapide évolution.

Créé en France en 1975, Ipsos est coté à l'Euronext Paris depuis le 1^{er} juillet 1999. L'entreprise fait partie des indices SPF 120 et Mid-60 et est éligible au service de règlement différé (SRD).

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

www.ipsos.com