

Troisième trimestre 2020 Un exemple de résilience

Chiffre d'affaires du troisième trimestre : 468,6 millions d'euros

Croissance organique 9 mois : (9,9)%

Croissance organique T3 : (3,3%)

Paris, 22 octobre 2020 – Le chiffre d'affaire d'Ipsos est de 468,6 millions d'euros au troisième trimestre 2020. Il est en recul de 6,2% par comparaison avec la même période de l'année précédente. Les effets de change sont négatifs pour 3,8%. Les effets de périmètre sont positifs à 0.9%. Le recul du chiffre d'affaires à taux de change et périmètre constants est de 3,3% marquant le début du redressement de l'activité depuis le mois de juin. Une fois éliminés les effets de change et de périmètres, la baisse est de 9,9% de janvier à septembre contre 13,5% de janvier à juin.

CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDE PAR TRIMESTRE

Chiffre d'affaires consolidé (en millions d'euros)	2020	2019	Variation périodique totale 2020 / 2019	Croissance trimestrielle
Premier trimestre	428,7	422,1	1,6%	0
Deuxième trimestre	357,3	481,3	(25,8)%	(25,3)%
Troisième trimestre	468,6	499,4	(6,2)%	(3,3)%
Chiffre d'affaires 9 mois	1 254,6	1 402,7	(10,6)%	(9,9)%
Quatrième trimestre	-	600,5	-	-
Total exercice	-	2 003,3	-	-

Evolution de l'activité par région

L'évolution du revenu d'Ipsos est différente d'une région à l'autre. La zone EMEA (Europe, Middle East, Africa) qui se portait le moins mal au premier semestre est aussi celle qui récupère le plus vite. Le chiffre d'affaires d'Ipsos progresse, porté par la combinaison de

plusieurs facteurs favorables. Les grands pays « en développement » de la zone, notamment la Russie, la Turquie ou la Pologne, enregistrent des performances encourageantes tandis qu'en Europe de l'ouest, à l'issue du « grand confinement », les autorités sanitaires ont, dans de nombreux cas, mis en place des outils de mesure de l'évolution de l'épidémie auxquels Ipsos est souvent appelé à participer, en particulier au Royaume-Uni et en France.

Dans cette partie du monde donc, après un premier trimestre à 0,5%, et un deuxième trimestre à (9,5)%, le troisième trimestre est en progression de 11%, une fois éliminés les effets de change et de périmètre. Il s'agit d'un rattrapage qui pourrait se poursuivre jusqu'à la fin de l'année, même si la perspective d'une croissance organique à deux chiffres resterait un objectif très ambitieux.

La détérioration des conditions sanitaires est, de ce point de vue, une mauvaise nouvelle.

Dans les Amériques et en Asie Pacifique, le rythme d'amélioration des activités est plus lent car, dans ces zones, les activités dans les pays en développement continuent de souffrir. Il est vrai également qu'Ipsos y est moins impliqué qu'en Europe dans les dispositifs de suivi de l'action publique, même si ces métiers se sont développés ces dernières années. La Chine mais aussi les Etats-Unis, l'Inde et la Corée enregistrent de bien meilleures performances que les zones auxquelles ils sont rattachés.

ÉVOLUTION DE L'ACTIVITÉ PAR REGION

En millions d'euros	CA 9 mois	Contribution (%)	Croissance organique 9 mois	Rappel S1 2020 croissance organique
EMEA	589,0	47%	(2,5)%	(9,5)%
Amériques	449,0	36%	(14,5)%	(15,5)%
Asie-Pacifique	216,6	17%	(17,5)%	(19)%
Chiffre d'affaires 9 mois	1 254,6	100%	(9,9)%	(13,5)%

Evolution de l'activité par audience

L'analyse de l'évolution de l'activité par audience confirme ces constats. La situation sur 9 mois reste volatile même si les volumes d'activité s'améliorent au fil des mois dans les services où Ipsos s'intéresse aux consommateurs et, surtout, aux patients, professionnels de santé et citoyens. Les services consacrés à l'examen des comportements et des opinions des clients restent, eux, en retrait dans la mesure où les industries qui sont les plus actives et demandeuses de données sur ces sujets sont précisément celles - comme le transport, l'hôtellerie, la restauration – qui sont les plus durablement affectées par la pandémie.

L'évolution de la valeur des contrats dans les domaines de la santé et des opinions publiques est très révélatrice des changements qu'Ipsos enregistre dans la structure de son activité depuis deux ans, en raison de l'acquisition de certaines divisions de GfK en octobre 2018, puis du déclenchement de la crise épidémique en février 2020.

Dans les services dédiés aux études réalisées auprès de médecins et patients, le chiffre d'affaires d'Ipsos pour les 9 premiers mois de 2018 était de 173 millions d'euros, avant de s'élever à 210 millions d'euros en 2019 et de se stabiliser à ce niveau élevé en 2020. Leur contribution au revenu total d'Ipsos était de 11% en 2018, puis de 15% en 2019 et 17% cette année.

Dans les services à travers lesquels les personnes et les groupes étudiés sont des citoyens, le chiffre d'affaires d'Ipsos était de 140 millions d'euros de janvier à septembre 2018, avant de s'élever à 180 millions d'euros en 2019, puis à 244 millions d'euros en 2020, toujours sur les 9 premiers mois de chaque exercice. Leurs taux contributifs au chiffre d'affaires d'Ipsos étaient de 12% en 2018 et 13% en 2019, avant d'atteindre 19% cette année.

Rappelons que les freins à l'activité d'Ipsos sont au nombre de trois :

- L'incertitude générale impacte les projets d'investissements et de croissance des sociétés privées, surtout lorsque celles-ci sont globales. Pour un temps au moins, elles se replient souvent sur leurs marchés d'origine, au détriment des marchés de conquête, notamment les pays en voie de développement ;
- Certains secteurs sont frappés directement par la crise sanitaire et de façon durable ;

- L'utilisation dans le cadre de certains programmes, de protocoles bien définis, nécessitant des interactions personnelles entre les enquêteurs ou les analystes d'Ipsos, d'un côté, et les personnes interrogées ou observées, de l'autre côté. Ici, les difficultés d'exécution ont entraîné des retards, voire des annulations qui ont *in fine* pesé, au moins de façon temporaire, sur le volume d'affaires d'Ipsos.

Si ces freins sont toujours à l'œuvre, leurs effets négatifs se sont réduits depuis juin. D'une part, comme une preuve supplémentaire des capacités scientifiques et techniques et de l'agilité de notre compagnie, Ipsos a su convaincre certains clients publics ou privés d'adopter de nouvelles solutions, plus digitales, sans contact, autorisant ainsi la reprise de programmes jusque-là suspendus.

D'autre part, les entreprises commerciales et les institutions publiques ou non gouvernementales ne peuvent pas rester inactives. Elles doivent agir et, à un moment où tout est en question, leur accès à des informations fraîches et fiables est essentiel.

EVOLUTION DE L'ACTIVITE PAR AUDIENCE

En millions d'euros	CA 9 mois	Contribution (%)	Croissance organique 9 mois	Rappel S1 2020 Croissance organique
Consommateurs ¹	518,4	41%	(17)%	(19)%
Clients et salariés ²	283,5	23%	(22,5)%	(21)%
Citoyens ³	244,1	19%	27%	11,5%
Médecins et patients ⁴	208,5	17%	1%	(5,5)%
Chiffre d'affaires 9 mois	1 254,6	100%	(9,9)%	(13,5)%

**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- Brand Health Tracking, Creative Excellence, Innovation, Ipsos UU, Ipsos MMA, Market Strategy & Understanding, Observer (hors. secteur public), Social Intelligence Analytics
- 2- Automotive & Mobility Dev, Audience Measurement, Customer Experience, Channel Performance (incluant Retail Performance et Mystery Shopping), Media development
- 3- Public Affairs, Corporate Reputation
- 4- Pharma (quantitative et qualitative)

AUTRES ELEMENTS DESCRIPTIFS DES CONDITIONS D'EXERCICE DE L'ACTIVITE AU COURS DU TROISIEME TRIMESTRE

Sur les 9 premiers mois de 2020, les **ratios de marge opérationnelle et de résultat net du Groupe** sont à des niveaux similaires à ceux enregistrés sur la même période de l'an dernier.

Ceci fait suite à une baisse d'environ 230 points de base de la marge opérationnelle sur le premier semestre 2020, qui découlait de la chute d'activité intervenue à compter de la mi-mars en raison de la pandémie. La brutalité de cette chute d'activité n'avait pas permis de réduire immédiatement les coûts d'exploitation dans les mêmes proportions, puisqu'ils sont en partie fixes et étaient proportionnés à la croissance prévue jusque-là pour l'année 2020.

Les différentes mesures d'économies prises ont permis de combler ce retard, la société étant en bonne voie pour réaliser le plan de 109 millions d'euros d'économies annoncé sur l'ensemble de l'année 2020 (dont environ 42 millions sur la masse salariale - plus 29 millions de subventions gouvernementales - et environ 38 millions sur les charges générales d'exploitation).

La génération de trésorerie libre d'exploitation a été positive et en ligne avec les prévisions sur le troisième trimestre, après un premier semestre record, en raison du double effet du cash encaissé en début d'année grâce au bon niveau des ventes du quatrième trimestre de 2019 et de la baisse du BFR consécutive à la baisse du chiffre d'affaires en 2020. Elle s'établit à 177 millions d'euros sur les 9 premiers mois de l'exercice.

La société a investi une vingtaine de millions d'euros dans ses investissements non courants (notamment dans les deux acquisitions de Maritz Mystery Shopping et d'Askia réalisées fin janvier 2020).

Les dettes financières nettes s'élèvent à 435 millions d'euros, en baisse par rapport au 31 décembre 2019 (578 millions d'euros). Le ratio d'endettement net diminue à 40,5% contre 51,5% au 31 décembre 2019 et 60,3% au 30 septembre 2019.



COMMUNIQUE DE PRESSE

Position de liquidité. La trésorerie au 30 septembre 2020 s'établit à un niveau de 215 millions d'euros contre 165 millions d'euros au 31 décembre 2019, assurant une bonne position de liquidité à Ipsos.

Le groupe dispose de plus de 400 millions d'euros de lignes de crédit disponibles, lui permettant de faire face à ses échéances de dette de 2020 et 2021 et a d'ailleurs procédé au remboursement d'une échéance obligataire privée – type USPP – fin septembre pour 185 millions USD, sans avoir besoin d'effectuer d'opération de refinancement.

PERSPECTIVES 2020

Ipsos a entamé son rétablissement mois après mois depuis la fin du « grand confinement » en Europe.

De juin à septembre, nos ventes nettes des annulations et reports ont progressé de 6% à taux de change et périmètre constants, par comparaison avec l'année dernière. Notre compagnie est sur une trajectoire positive qui devrait lui permettre sur l'ensemble de l'exercice de réduire le taux de décroissance de son chiffre d'affaires.

Au rythme actuel, la combinaison du maintien d'un bon niveau d'activité, d'une capacité avérée à conserver des niveaux de prix décents et d'une gestion rigoureuse de notre base de coûts, doit nous permettre d'enregistrer de solides résultats financiers et une bonne génération de cash flows.

Les équipes d'Ipsos ont beaucoup travaillé et beaucoup communiqué avec tous les clients, avec lesquels elles sont fières de collaborer. Notre raison d'être « Délivrer des informations fiables qui apportent une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Individus » est et reste ce qui les guide quand elles innovent, collaborent et mettent en place avec le maximum de diligence des services « Triple A », comme elles ont décidé de les appeler.

En effet, les entreprises et les institutions qui choisissent de nous confier tout ou partie de leurs programmes de recherches sur l'état de la Société et des Marchés et sur l'évolution des comportements et des attentes des gens savent qu'elles doivent accéder à des informations fiables, cohérentes, fraîches et compréhensibles. Dans notre langage, « Triple A » désigne des solutions « *Appropriate (approprié), Agile, Affordable (accessible)* ».

Ipsos prouve tous les jours son agilité, sa robustesse, sa connaissance des clients et de leurs attentes ainsi que sa capacité à utiliser les connaissances scientifiques et les



COMMUNIQUE DE PRESSE

technologies qui permettent de produire et de diffuser plus d'informations fiables, plus vite, dans des conditions économiques acceptables.

Les perspectives d'Ipsos pour la fin de l'année et, par extension, pour 2021 sont bonnes. Pourtant, une réserve évidente s'impose. Il était attendu que la pandémie COVID-19 soit encore présente et reste active pendant de longs mois, jusqu'à la mise à disposition de traitements efficaces pour les médecins et les citoyens pour contrer les effets du virus et de vaccins pour freiner, voire interdire sa propagation.

Il n'était pas nécessairement attendu que l'intensité de la pandémie s'accroisse comme c'est le cas aujourd'hui en Europe et ailleurs, entre autres, aux Etats-Unis.

La leçon de la vague printanière de la pandémie est claire. L'activité d'Ipsos s'est réduite du fait des mesures drastiques prises pour limiter la situation virale, plus que de l'épidémie elle-même. C'est le « grand confinement » qui a freiné l'activité commerciale et conduit à l'arrêt pour des raisons techniques de certains programmes.

Au jour de la publication de ce communiqué, aucun pays majeur n'a remis en place un confinement généralisé. Par voie de conséquence, le rythme de prise de nouvelles commandes reste soutenu. Nul ne peut prédire aujourd'hui quelles seront les décisions prises par les autorités sanitaires des pays les plus touchés par la nouvelle vague de la pandémie.

A dire vrai, notre seule certitude est que notre activité sera affectée si de nombreux pays décidaient à nouveau de rétablir, pour plusieurs semaines, voire plusieurs mois, un confinement généralisé.

Ceci dit, les différents scénarios, du plus restrictif au plus optimiste, n'aboutissent pas à remettre en cause la solidité financière et opérationnelle de notre société.

Contacts:





COMMUNIQUE DE PRESSE

À PROPOS D'IPSOS

Ipsos est la troisième société d'études de marchés et de sondages 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