



Communiqué de Presse

Croissance confirmée au 3^{ème} trimestre 2008

Croissance trimestrielle : +5,9%

Croissance organique : +8,2%

Paris, 12 novembre 2008. Au 3^{ème} trimestre 2008, le chiffre d'affaires d'Ipsos s'établit à 234,2 millions d'euros en progression de 5,9% par comparaison avec la même période de 2007. A taux de change et périmètre constants, la croissance est de 8,2%.

Pour les neuf premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires d'Ipsos est de 697 millions d'euros contre 664,2 millions d'euros en 2007.

Au total des trois premiers trimestres, la croissance est de 4,9% reflétant :

- des effets de change défavorables de 6,8%
- des effets de périmètre positifs de 3,3%, en raison de l'intégration de Forward Research (USA) depuis le 1^{er} janvier, de Monroe Mendelsohn (USA) depuis le 1^{er} avril, de Livra (Argentine) et de B-Thinking (Chine) depuis le 1^{er} juillet, et d'Alfacom (Brésil) depuis le 1^{er} septembre ;
- et une croissance organique de 8,3%, quasi identique à celle enregistrée au cours du premier semestre.

Chiffre d'affaires consolidé (en millions d'euros)	2008	2007	2006	2005
1 ^{er} trimestre	217,3	204,7	188,0	143,5
2 ^{ème} trimestre	245,5	238,4	219,7	178,3
3 ^{ème} trimestre	234,2	221,1	205,5	168,9
Total du 1^{er} janvier au 30 septembre	697,0	664,2	613,2	490,7
4 ^{ème} trimestre	-	263,0	244,1	227,3
Total de l'année	-	927,2	857,3	718,0

La croissance par zone géographique ne révèle pas de surprise majeure. Elle est toujours très forte dans les pays en développement et modérée à faible en Amérique du Nord, en Europe de l'Ouest et au Japon.

Contribution au Chiffre d'affaires par zone géographique (en millions d'euros)	2008 (9 mois)	2007 (9 mois)	Evolution 2008/2007	Croissance organique
Europe	344,6	319,9	8%	10%
Amérique du Nord	199,9	212,5	(6%)	1%
Amérique latine	81,1	67,7	20%	20,5%
Asie-Pacifique / Moyen Orient	71,4	64,1	11%	11%
Total du 1^{er} janvier au 30 septembre	697,0	664,2	4,9%	8,3%

Par ligne de métier, les variations d'un trimestre à l'autre sont peu significatives. On peut toutefois noter un ralentissement du rythme de croissance dans la mesure de l'efficacité des actions publicitaires, en raison notamment d'un passage rapide aux systèmes de collecte des données online. Rappelons que le recours aux techniques online a pour objectif l'amélioration des performances opérationnelles – elles permettent de tester plus rapidement plus de nouvelles publicités – et qu'en contrepartie il a un effet déflateur sur la progression des revenus.

A contrario la ligne de métier consacrée à la mesure des médias et à l'analyse des convergences entre médias traditionnels et nouveaux médias (Ipsos MediaCT), est en pleine progression avec une croissance organique de 16%.

Contribution au Chiffre d'affaires par secteur d'activité (en millions d'euros)	2008 (9 mois)	2007 (9 mois)	Evolution 2008/2007	Croissance organique
Etudes Publicitaires	150,7	149,1	1%	7%
Etudes Marketing	327,9	312,8	5%	6%
Etudes Médias	56,8	47,1	21%	16%
Etudes d'Opinion & Recherche Sociale	92,4	90,2	2%	12%
Etudes Qualité et Satisfaction de Clientèle	69,1	65,0	6%	10%
Total du 1^{er} janvier au 30 septembre	697,0	664,2	4,9%	8,3%

La création d'Ipsos MediaCT implique le transfert d'environ 20 millions d'euros d'activité sur une base annuelle depuis la division Ipsos Marketing vers la division Ipsos MediaCT. Les données 2007 sont celles qui ont déjà été publiées en 2007 (avant transfert) et les données 2008 tiennent compte de ces transferts. En revanche, la croissance organique de ces deux lignes de métier est calculée pro forma avant l'effet de ces transferts.

Description générale des conditions d'exercice de l'activité au cours du troisième trimestre 2008

Les faits marquants du 3^{ème} trimestre sont notamment l'intégration des sociétés Livra et Alfacom en Amérique latine et de B-Thinking en Chine. Compte tenu de ces acquisitions, le ratio d'endettement net sur fonds propres au 30 septembre 2008 est de 50%, ce qui est très largement inférieur à la limite que le Groupe s'est fixée. Disposant par ailleurs de 80 millions d'euros de trésorerie, Ipsos est bien positionné pour profiter des opportunités de marché, notamment dans les pays émergents.

Du point de vue des résultats opérationnels, la marge continue de progresser en ligne avec l'amélioration prévue pour l'ensemble de l'année.

Événement postérieur au 30 septembre 2008

Le groupe WPP a annoncé qu'il renonçait à exercer son option de vente qui portait sur les actifs de TNS dans la mesure d'audience télévisuelle. Suite à cette décision, Ipsos enregistrera un profit exceptionnel de 1 million de livres sterling.

Perspectives 2008 et 2009

Ipsos, une nouvelle fois, a été en mesure de croître plus vite que son marché et que ses principaux concurrents internationaux. Cette performance est à mettre au compte de facteurs connus :

- une excellente implantation dans les marchés émergents ;
- une gestion efficace des grands comptes, et ce depuis longtemps : le Global PartneRing fêtera ses 10 ans en 2009 ;
- une stratégie axée sur des spécialisations fortes qui ont permis de développer des offres spécifiques, bien identifiées par les clients et adoptées par un nombre croissant d'entre eux ;
- une base de clientèle diversifiée : Ipsos conduit chaque année plus de 70 000 projets pour 5 000 clients locaux, régionaux ou mondiaux ;
- des équipes compétentes, motivées et stables que viennent chaque année renforcer de nombreux spécialistes, jeunes ou expérimentés, attirés par l'indépendance d'une société d'études qui s'est donné comme mission de devenir le meilleur partenaire de ses clients dans ses domaines choisis de spécialisation ;
- et enfin une bonne capacité d'intégration des sociétés acquises.

Ces atouts fondamentaux demeurent, à un moment où le monde connaît les prémices d'une crise financière, économique et idéologique sans équivalent depuis la fin de la seconde guerre mondiale. Ipsos considère même qu'ils joueront encore plus en sa faveur dans la période qui s'ouvre.

Le marché des études montrera sa résilience à la crise, car les informations que produisent les milliers de sociétés, grandes et petites, qui constituent ce secteur, sont et seront plus que jamais essentielles aux clients – privés et publics – qui vont devoir gérer au plus près leurs affaires et leurs idées.

Ipsos se prépare. Une crise comme celle que vit notre monde est transformatrice. Ipsos, en sortira donc transformé, comme son marché, comme ses concurrents, comme ses clients.

Ipsos considère possible de maintenir sa croissance en 2009 et dans les années suivantes même si elle sera peut-être moins forte que par le passé. Mais cette croissance lui permettra d'accroître plus vite ses parts de marché, d'améliorer sa proximité avec ses clients, d'introduire de façon plus systématique des services innovants, d'affirmer son leadership dans ses domaines de spécialisation, et d'être l'entreprise où les meilleurs professionnels souhaitent travailler.



Communiqué de presse (suite) – 12 novembre 2008

Sur l'ensemble de l'année 2008, Ipsos confirme ses objectifs chiffrés soit une croissance organique d'au moins 8% et une amélioration de sa marge opérationnelle et de son résultat net.

Pour 2009, Ipsos projette une croissance organique largement supérieure à celle du marché et un rythme de progression de son résultat opérationnel au moins égal à celui de son chiffre d'affaires. Des éléments plus précis seront communiqués lors de la publication des comptes 2008.

Nobody's Unpredictable

« Nobody's Unpredictable » est la signature publicitaire d'Ipsos.

*Parce que les clients de nos clients sont de plus en plus souvent infidèles à leurs habitudes
- ils zappent, changent volontiers de comportements, de points de vue, de préférences -,
nous aidons nos clients à capter ces mouvements qui caractérisent nos sociétés.
Nous les aidons à comprendre leurs clients - et le monde - tels qu'ils sont.*

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

La société qui fait partie du SBF 120 et de l'indice Mid-100 est également éligible au SRD.

Code Isin FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com