



Communiqué de Presse

Surperformance au 3^{ème} trimestre 2009

Chiffre d'affaires des 9 premiers mois : 669,6 millions d'euros
Croissance organique : - 5,0%

Paris, 10 novembre 2009. Sur les neuf premiers mois 2009, le chiffre d'affaires d'Ipsos s'établit à 669,6 millions d'euros, en décroissance de 3,9% par rapport à la même période de 2008.

- A taux de change et périmètre constants, l'activité a baissé de 5,0%
- Les effets de périmètre sont favorables pour 2,3%
- Les effets de change sont défavorables pour 1,2%.

Au troisième trimestre, le chiffre d'affaires d'Ipsos est de 221,8 millions d'euros, en baisse de 5,3%, par comparaison avec la même période de l'année précédente. A taux de change et périmètre constants, l'activité baisse de 5,2%, les effets de change négatifs neutralisant presque en totalité les effets de périmètre positifs.

Chiffre d'affaires consolidé (en millions d'euros)	2009	2008	2007
1 ^{er} trimestre	207,3	217,3	204,7
2 ^{ème} trimestre	240,5	245,5	238,4
3 ^{ème} trimestre	221,8	234,2	221,1
Total du 1^{er} janvier au 30 septembre	669,6	697,0	664,2
4 ^{ème} trimestre		282,3	263,0
Total de l'année		979,3	927,2

Dans un marché dont la baisse se confirme autour de 10%, Ipsos continue de surperformer. Le troisième trimestre n'apporte aucun élément nouveau. Certes, l'activité commerciale reste très soutenue mais ne se traduit pas encore par une reprise des dépenses des clients. Ceux-ci restent soucieux de contrôler leurs coûts opérationnels, quitte à sacrifier des opportunités de croissance aux objectifs de rentabilité opérationnelle et de génération de cash. Dans de nombreux marchés, les baisses de prix apparaissent comme une stratégie gagnante. Les objectifs de très court terme restent privilégiés, comme le montre l'analyse de nombreuses campagnes publi-promotionnelles insistant sur la composante prix de l'offre commerciale.

Contribution au Chiffre d'affaires par zone géographique

<i>en millions d'euros</i>	2009 (9 mois)	2008 (9 mois)	Evolution 2009/2008	Croissance organique
Europe	311,4	344,6	- 9,5%	- 5%
Amérique du Nord	196,6	199,9	- 2%	- 9%
Amérique latine	80,7	81,1	- 0,5%	- 2%
Asie-Pacifique / Moyen Orient	80,9	71,4	13%	2,5%
Total du 1er janvier au 30 septembre	669,6	697,0	- 3,9%	- 5,0%

Les pays émergents, avec 2% de croissance organique sur les neuf premiers mois, conservent une croissance positive.

Contribution au Chiffre d'affaires par secteur d'activité

<i>en millions d'euros</i>	2009 (9 mois)	2008 (9 mois)	Evolution 2009/2008	Croissance organique
Etudes Publicitaires	144,9	150,7	- 4%	- 4%
Etudes Marketing	315,5	327,9	- 4%	- 6%
Etudes Médias	52,0	56,8	- 8,5%	- 5%
Etudes d'Opinion & Recherche sociale	87,6	92,4	- 5%	2%
Etudes Qualité et Satisfaction de Clientèle	69,6	69,1	1%	- 9,5%
Total du 1^{er} janvier au 30 septembre	669,6	697,0	- 3,9%	- 5,0%

Les études d'Opinion et Recherche sociale, largement financées par les institutions publiques, et les études relatives aux effets de la publicité – en raison de l'importance accordée à la bonne gestion de l'argent dépensé par les entreprises – se comportent mieux que les autres spécialisations déployées par Ipsos.

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

La marge opérationnelle avant les éléments non récurrents liés à la mise en œuvre du plan B est du même ordre que celle enregistrée sur les neuf premiers mois de 2008. Après les éléments non récurrents, la marge opérationnelle est en retrait par rapport à l'an dernier de 150 points de base. Ceci étant, la trésorerie générée par l'exploitation est légèrement supérieure à celle générée sur la même période de l'an dernier. Ainsi, le ratio d'endettement net s'améliore à 45% au 30 septembre 2009 contre 47% au 30 juin 2009.

En date du 29 juillet, Ipsos a annoncé la signature d'un accord pour l'acquisition de Market Research Bureau of Ireland Limited (MRBI), la société d'études et de sondages leader en Irlande. Cette opération était soumise à l'approbation de la Direction générale de la concurrence de la Commission européenne, laquelle a donné son accord le 21 septembre dernier. Cette société sera intégrée à compter du 1^{er} octobre 2009. Rappelons que la société MRBI était une société du groupe TNS et que sa mise en vente a été imposée à WPP par la Commission européenne pour des raisons concurrentielles.



Perspectives 2009 et 2010

L'année 2009 s'achèvera comme elle a commencé. Rien ne permet de penser que le marché va se redresser de façon significative d'ici la fin de l'année. Rien non plus ne remet en cause la capacité d'Ipsos à mieux se comporter que son marché et que ses principaux concurrents internationaux.

Les principaux facteurs qui expliquent la surperformance d'Ipsos restent sa forte implantation dans les pays émergents, ses spécialisations, sa base de clientèle ainsi que la qualité et la motivation de ses équipes.

Grâce à une évolution positive de son taux de marge brute, et aux effets du plan d'ajustement de ses effectifs à son niveau d'activité, Ipsos maintiendra en 2009 un taux de marge opérationnelle avant éléments non récurrents équivalent au taux record enregistré en 2008.

L'enjeu principal est aujourd'hui de bien préparer 2010. L'environnement économique devrait être plus favorable que cette année, même si les risques de déflation et de bouleversement du marché des changes ne sauraient être écartés.

Dans le cadre des scénarii macro-économiques aujourd'hui élaborés et rendus publics par les institutions internationales, le marché des études pourrait se stabiliser au niveau enregistré en 2009. Tout dépendra du comportement des entreprises et de leurs choix marketing. Soit elles poursuivent leurs politiques d'ajustement de leurs prix, et dans ce cas le marché des études pourrait à nouveau décliner, même si ce sera à un rythme moins abrupt qu'en 2009. Soit elles cherchent des relais de croissance via des innovations plus marquées et plus nombreuses, et en gérant leurs marques de façon plus active, ce qui au fil du temps conduira à une reprise du marché.

Dans toutes les hypothèses, Ipsos aborde 2010 bien préparé. Sa base de coûts a été ajustée à son niveau actuel d'activité. De nombreux services ont été développés, de nouveaux clients lui ont confié des programmes d'études mondiaux. De nouvelles sociétés ont été et seront intégrées à son périmètre, apportant avec elles un renforcement du réseau, notamment dans les pays émergents, et/ou de nouvelles expertises, en particulier dans des secteurs en croissance, comme celui du marketing digital.

2010 sera, sans doute, une année de croissance de l'activité et de maintien des marges courantes autour de 10%. Ce sera, sans aucun doute, une année où, une fois encore, Ipsos surperformera son marché. Ces estimations seront validées et précisées en février 2010 à l'occasion de la publication des résultats 2009.

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