



Communiqué de Presse

Premier trimestre 2010

La croissance retrouvée : Chiffre d'affaires en hausse de 14,3% à 236,9 millions d'euros

Paris, 11 mai 2010. Les trois moteurs de la croissance d'Ipsos se sont allumés au premier trimestre 2010. La forte croissance qu'enregistre Ipsos résulte

- d'effets de change positifs pour 1,9%,
- d'effets de périmètre pour 6,4%, résultant de l'intégration d'OTX à compter du 1^{er} janvier et de ses excellentes performances,
- d'une croissance organique retrouvée, s'établissant à 6%, au-delà des objectifs (3-5%) qu'Ipsos s'est fixé pour l'ensemble de l'année.

| Chiffre d'affaires consolidé (en millions d'euros) | 2010 | 2009 | 2008 |
|---|-------|--------------|--------------|
| 1 ^{er} trimestre | 236,9 | 207,3 | 217,3 |
| 2 ^{ème} trimestre | - | 240,5 | 245,5 |
| 3 ^{ème} trimestre | - | 221,8 | 234,2 |
| 4 ^{ème} trimestre | - | 274,1 | 282,3 |
| Total exercice | - | 943,7 | 979,3 |

Au premier trimestre, les clients d'Ipsos ont, dans leur grande majorité, joint le geste à la parole. Forts de leurs bons résultats financiers en 2009, ils ont regardé de nouveau vers l'avant, renoué avec leurs plans de croissance, engagé des programmes de recherche ambitieux souvent destinés à mieux maîtriser leurs politiques d'innovation mais aussi à mieux encadrer leurs dépenses marketing.

Ils ont, évidemment, poursuivi leur politique expansionniste dans les pays émergents, là où la croissance est réelle et supposée pérenne, sans négliger toutefois les pays développés, là où il faut bien préserver les positions et les parts de marché acquises. Ils ont également poursuivi leurs efforts de rationalisation de leurs dépenses, n'hésitant pas à remettre en cause leurs pratiques anciennes et leurs fournisseurs établis.

Les nombreuses compétitions ont ajouté un zeste d'opportunité aux sociétés bien positionnées, capables de gérer des programmes complexes, souvent multi-pays, souvent pluriannuels.

Dans ce contexte positif, Ipsos réalise une excellente performance, s'appuyant sur les quatre leviers avec lesquels il active sa politique de croissance rentable :

- la qualité de la relation avec ses clients, notamment – mais pas seulement – avec les plus importants d'entre eux,
- l'expertise et la mobilisation de ses équipes,
- sa détermination à mettre en œuvre des méthodologies cohérentes produisant des résultats utiles, pertinents et compréhensibles par ses clients,
- et aussi la réalité de son effort d'innovation, matérialisé par la création d'Ipsos Open Thinking Exchange, son centre R&D mondial dont l'objectif est d'accélérer la mise en place des nouveaux services dont les marchés ont besoin.

Evolution de l'activité par région

Au premier trimestre 2010, la croissance d'Ipsos a été générale, plus forte dans les marchés émergents que dans les pays développés, même s'il convient de noter qu'en Amérique du Nord la croissance totale (+26%) et la croissance organique (+8%) sont remarquables, après une année 2009 difficile.

| Contribution par zone géographique (en millions d'euros) | 1 ^{er} trimestre 2010 | 1 ^{er} trimestre 2009 | Evolution 2010/2009 | Croissance organique |
|--|--------------------------------|--------------------------------|---------------------|----------------------|
| Europe | 106,5 | 103,0 | +3% | +0% |
| Amérique du Nord | 76,7 | 60,8 | +26% | +8% |
| Amérique latine | 26,3 | 21,9 | +20% | +10% |
| Asie-Pacifique / Moyen-Orient | 27,4 | 21,6 | +27% | +24% |
| Chiffre d'affaires trimestriel | 236,9 | 207,3 | +14,3% | +6,0% |

Evolution de l'activité par ligne de métier

Toutes les lignes de métier sont dans le vert, les plus performantes étant celles relatives à la mesure de l'efficacité publicitaire et les études marketing, portées toutes les deux par le retour des clients à des comportements plus dynamiques dans la gestion de leurs marques et de leurs politiques d'innovation.

| Contribution par ligne de métier (en millions d'euros) | 1 ^{er} trimestre 2010 | 1 ^{er} trimestre 2009 | Evolution 2010/2009 | Croissance organique |
|---|--------------------------------|--------------------------------|---------------------|----------------------|
| Études publicitaires | 52,4 | 44,8 | +17% | +9% |
| Études marketing | 102,8 | 90,8 | +13% | +8% |
| Études médias | 25,3 | 18,5 | +36,5% | +0,5% |
| Études d'opinion et recherche sociale | 33,0 | 31,6 | +4% | +0% |
| Études pour la gestion de la relation client et de la relation salariée | 23,4 | 21,6 | +8% | +4% |
| Chiffre d'affaires trimestriel | 236,9 | 207,3 | +14,3% | +6,0% |



Autres éléments descriptifs des conditions d'exercice de l'activité au cours du premier trimestre 2010

La marge opérationnelle est en progression par rapport à celle du premier trimestre 2009, conformément à l'objectif d'amélioration annoncé.

Le ratio d'endettement net s'élève à 39,8% au 31 mars 2010 contre 36,4% au 31 décembre 2009, après le financement d'opérations d'investissement pour 45,6 millions d'euros dont notamment l'acquisition de la société OTX aux Etats-Unis.

Perspectives 2010

Un proverbe français dit « une hirondelle ne fait pas le printemps ». La crise de l'euro liée à la prise en compte par les investisseurs de l'énormité de la dette publique européenne démontre, s'il en était besoin, que la crise enclenchée en 2007, exacerbée en 2008 par la faillite de Lehman Brothers, n'est pas finie. Les optimistes diront que le rééquilibrage du monde avec plus de croissance et de richesse dans les pays émergents – notamment en Asie – est un facteur d'enrichissement général. Après tout, les Chinois, les Indiens, et tous les citoyens des pays émergents finiront bien par devenir des consommateurs avides de disposer de nouveaux biens et services, contribuant ainsi à la prospérité générale. Les pessimistes, de leur côté, ne se priveront pas de remarquer – exemples historiques à l'appui – que les spasmes financiers dont les pays développés sont le théâtre ne sont que le reflet d'une crise profonde de la société occidentale et que leurs conséquences culturelles et politiques pourraient se révéler désastreuses. Les tentations du repli sur soi, le regain de vigueur des nationalismes sont là et pourraient, si les pouvoirs politiques étaient défaillants, aggraver les tensions entre zones et nations.

Ipsos est confiant dans sa capacité à renouer avec une croissance significative et profitable en 2010. Les incertitudes prévalant en ce moment ne permettent pas d'assurer que le rythme de croissance d'Ipsos sera en 2010 au-delà des objectifs que la Société s'était fixé en début d'année. Disons que nous serons déçus si la Société n'était pas en mesure de confirmer dans les prochains trimestres les bons chiffres des tout premiers mois.

Prochaine publication : 28 juillet 2010, résultats semestriels.

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**