



Communiqué de Presse

Premier trimestre 2014

Comme annoncé, des effets de change pénalisants

Chiffre d'affaire -4,5%

Croissance organique +1,5%*

Paris, 23 avril 2014 – Au premier trimestre de l'exercice 2014, le chiffre d'affaires d'Ipsos est de 343,3 millions d'Euros, en baisse de 4,5%.

A elles seules les variations de change, dont Ipsos avait annoncé qu'elles « auraient des conséquences sur les comptes de la société en 2014, au moins au cours du 1^{er} semestre », réduisent le volume d'activité, exprimé en euros, de 5,5% dans la période considérée. En outre, des effets de périmètre, déjà mentionnés en 2013, réduisent la base de comparaison de 0,5%.

La croissance organique - à taux de change et périmètre constants - est le seul paramètre qui évolue favorablement. Elle s'élève à +1,5%, en phase avec les valeurs observées au troisième et quatrième trimestre 2013. Cet alignement était à ce stade attendu et ne saurait refléter ce que sera la performance de l'entreprise pour l'ensemble de l'année. En 2013, Ipsos avait constaté une diminution significative de son activité au premier trimestre avant de retrouver une croissance, certes modeste mais réelle, à partir du printemps. Nous anticipons, en 2014 aussi, de meilleurs chiffres au cours des prochains trimestres.

Chiffre d'affaires consolidé (en millions d'euros)	2014	2013	2012
1 ^{er} trimestre	343,3	359,6	379,9
2 ^{ème} trimestre	-	444,1	457,1
3 ^{ème} trimestre	-	418,6	440,6
4 ^{ème} trimestre	-	490,1	512,0
Total exercice	-	1712,4	1 789,5

* à taux de change et périmètre équivalents

Evolution de l'activité par région et par ligne de métier

L'évolution du chiffre d'affaires est presque similaire d'une région à l'autre. La croissance est soutenue dans les pays émergents qui enregistrent - à taux de change et périmètre constants - une progression de 5,5%, alors qu'elle reste légèrement négative (-0,5%) dans les marchés développés en raison de conditions toujours délicates dans la zone euro et au Japon.

Par ligne de métier, la contreperformance de MediaCT, la division d'études médias, n'est qu'un artefact lié à l'état d'avancement d'un certain nombre de contrats importants. Les chiffres d'Ipsos, dans l'univers des médias et des technologies, s'amélioreront au fil de l'année. A cette exception près, encore une fois temporaire, les autres activités d'Ipsos sont en ligne avec leurs plans de marche.

Contribution par zone géographique (en millions d'euros)	1 ^{er} trimestre 2014	1 ^{er} trimestre 2013	Evolution 2014/2013	Croissance organique
Europe, Moyen Orient, Afrique	165,7	167,8	-1,2%	1,5%
Amériques	124,7	134,4	-7,2%	2%
Asie-Pacifique	52,9	57,4	-7,9%	0%
Chiffre d'affaires trimestriel	343,3	359,6	-4,5%	1,5%

Contribution par ligne de métier (en millions d'euros)	1 ^{er} trimestre 2014	1 ^{er} trimestre 2013	Evolution 2014/2013	Croissance organique
Études publicitaires	55,7	59,4	-6,2%	1%
Études marketing	177,9	184,1	-3,4%	2%
Études médias	30,0	35,3	-15,1%	-9%
Études d'opinion et recherche sociale	35,4	35,3	0,3%	4%
Études pour la gestion de la relation client et de la relation salariée	44,3	45,5	-2,6%	4,5%
Chiffre d'affaires trimestriel	343,3	359,6	-4,5%	1,5%

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

La marge opérationnelle est en ligne avec les objectifs d'amélioration annoncés pour l'ensemble de l'année 2014. Le ratio d'endettement à 64% est stable par rapport au 31 décembre 2013, sachant que la trésorerie libre générée par l'exploitation a progressé significativement au 1^{er} trimestre 2014 par rapport au 1^{er} trimestre 2013.



Perspectives 2014

Ces dernières semaines, les mauvaises nouvelles n'ont pas manqué, notamment en Europe où la diminution des marges obligatoires ne peut faire oublier la pression constante exercée sur les prix des biens et des services. Il nous reste à espérer qu'après les élections au parlement européen qui s'annoncent très difficiles pour le projet européen lui-même, chacun prendra conscience qu'il est nécessaire d'agir pour échapper à la déflation et redonner aux citoyens de la zone des raisons de croire en leur avenir commun.

Il va falloir aussi croiser les doigts en pensant à la Chine qui travaille à un autre modèle de développement, au Brésil, l'un des futurs grands de ce monde et où il est si difficile, parfois, de surmonter les obstacles à une saine gestion des entreprises et aux pays arabes qui vivent encore d'une rente pétrolière mise en péril - pas aujourd'hui mais demain - par le développement de l'exploitation du gaz et du pétrole de schiste et des sources d'énergies alternatives.

Ceci dit, ces derniers temps, le climat des affaires a changé. Rendre les entreprises plus efficaces, améliorer leur génération de trésorerie et poursuivre les programmes de redistribution aux actionnaires sont toujours des sujets d'actualité, mais il y a un « mais » qui n'existait pas en 2013. Cette année les entreprises, les clients d'Ipsos travaillent, à nouveau, sur des plans de croissance.

Après cinq années où beaucoup d'initiatives ont été gelées, un rebalancement des priorités apparaît, porteur de projets plus ambitieux, d'une renaissance des dépenses publicitaires, d'un appétit plus affirmé pour le risque. L'aversion au risque qui a marqué tant de décisions depuis 2009 semble passée de mode.

Nos équipes sont sollicitées plus qu'avant et mieux qu'avant pour contribuer à la mise en place de systèmes et de protocoles destinés à aider à la création de nouvelles initiatives, de nouvelles idées, de nouveaux marchés.

Si ce rebalancement se confirme, les entreprises qui vendent des services dans les univers du marketing, des médias, de la gestion de la relation clients, du management des marques et des communications, et du développement des « entreprises citoyennes », trouveront plus facilement auprès de leurs clients les sources de leur propre croissance.

La stratégie d'Ipsos, au cours de ces dernières années, a visé à préparer ce retournement en s'appuyant sur quelques idées clés. Nous avons gagné en taille, en couverture géographique, en rapidité, en ressources techniques, technologiques et opérationnelles, en expertise et en profondeur de nos équipes.

Nous avons démarré le déploiement de nouveaux services que nous considérons comme bien adaptés aux nouveaux besoins de nos clients. Les études par mobiles, l'utilisation des neurosciences, l'écoute du web et l'activation des communautés, l'analyse et la modélisation des « big data » ainsi que l'ethnographie enrichissent l'offre d'Ipsos et permettent d'offrir à nos clients des solutions d'études toujours plus efficaces, plus rapides et pertinentes.

La part des nouveaux services dans le chiffre d'affaires d'Ipsos était de 5,4% en 2013. Elle progressera à au moins 7% en 2014 et à 10% en 2015.

Nous sommes donc en mesure de réitérer nos objectifs pour 2014 : une croissance organique d'au moins 3% et une amélioration de la marge opérationnelle.

Prochaine publication : 23 juillet 2014, résultats semestriels.



Communiqué de presse – suite – 23 avril 2014

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-60 est également éligible au SRD.

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

www.ipsos.com