

Les résultats du premier trimestre 2021 affichent une croissance de l'activité du Groupe plus fort qu'attendu grâce à un très bon mois de mars avec notamment le rebond de la région d'EMEA (Europe, Moyen-Orient, Afrique) et l'évolution très favorable des services qui étudient les personnes en tant que citoyens et patients dans le cadre du combat des autorités contre l'épidémie COVID-19.

Le **chiffre d'affaires** du Groupe s'établit à 466,3 M€, en hausse de +14,1% en organique par rapport aux mêmes périodes de 2019 et de 2020 (de 8,8% en données publiées par rapport à 2020, les effets de change ayant diminué le niveau de revenus à hauteur de -5,7%). Notons que le premier trimestre 2020 porte déjà les stigmates de la crise sanitaire de COVID-19 mais Ipsos affirme sa très bonne performance avec un CA en hausse de +10,5% en données publiées (+14,1% en organique) par rapport à 2019.

L'évolution du chiffre d'affaires par région :

En millions d'euros	Chiffre d'affaires T1 2021	Contribution	Evolution T1 2021 / T1 2020	Croissance organique
EMEA	234,5	50%	24,8%	28%
Amériques	154,6	33%	-7,7%	0,5%
Asie-Pacifique	77,2	17%	5,4%	9%
Chiffre d'affaires annuel	466,3	100%	8,8%	14,1%

Source : Communiqué de presse sur les résultats du T1 2021, Ipsos avril 2021.



EMEA (50% du CA consolidé du Groupe au T1 2021)

La forte dynamique de l'activité d'Ipsos au premier trimestre 2021 provient surtout de la zone EMEA, qui affiche une forte hausse de +24,8% (de +28% en organique) par rapport à T1 2020, et où le groupe tire notamment profit d'importants contrats auprès des autorités pour la lutte contre le Covid-19. Tous les marchés où Ipsos intervient dans la région d'EMEA connaissent une croissance à deux chiffres à l'exception de l'Europe Centrale et de l'Europe de l'Est qui ne progressent que de 7,5%.

- Amériques (33% du CA consolidé du Groupe)

Dans les Amériques, l'activité d'Ipsos avait progressé en 2020 (+4%) mais, en 2021, elle s'est stabilisée (+0,5% en organique et de -7,7% en données publiées en raison de la baisse de la valeur du dollar américain vis-à-vis de l'euro). L'activité d'Ipsos est meilleure au Nord qu'au Sud : ses revenus en Amérique Latine ne retrouveront, malgré des signes encourageants, un niveau satisfaisant et ne reprendront leur croissance qu'à la condition que la situation sanitaire s'améliore.

- Asie-Pacifique (17% du CA consolidé d'Ipsos)

En Asie, Ipsos affiche un CA de 77,2 M€ en hausse de +9% en organique (de +5,4% en données publiées par rapport au T1 2020). Cette croissance est tirée par d'excellentes performances en Chine (+40% en croissance organique par rapport au T1 2020 et +15% par rapport au T1 2019) et un peu freinée par une activité qui reste insuffisante en Asie du Nord, en Australie et à Hong-Kong.

Notons que l'Asie est, au total, la seule région où l'activité d'Ipsos est, en 2021, un peu inférieure à ce qu'elle était en 2019.



L'évolution du chiffre d'affaires par audience :

L'évolution de l'activité par audience souligne le fait que la belle activité d'Ipsos au premier trimestre 2021 est portée par les Etats, ONG et les institutions internationales engagés dans le combat contre l'épidémie qui nourrissent un flux continu de demandes de mesures et d'informations de différentes natures. Sur le premier trimestre 2021, le CA par audiences « Citoyens » affiche la plus forte croissance de +49% en organique, suivie par les « médecins et patients », avec une croissance en organique qui atteint 27,5%, reflétant ainsi que les laboratoires pharmaceutiques, qu'ils interviennent ou non dans la lutte contre la Covid-19 sont eux aussi très actifs.

En millions d'euros	Chiffres d'affaires T1 2021	Contribution	Evolution T1 2021 / T1 2020	Croissance organique
Consommateurs ¹	203,5	44%	4,9%	12%
Clients et salariés ²	89,3	19%	-15,7%	-11,5%
Citoyens ³	94,1	20%	43,9%	49%
Médecins et patients ⁴	79,4	17%	25,5%	27,5%
Chiffre d'affaires annuel	466,3	100%	8,8%	14,1%

Répartition des Lignes de Service par segment d'audience :

1- Brand Health Tracking, Creative Excellence, Innovation, Ipsos UU, Ipsos MMA, Market Strategy & Understanding, Observer (excl. public sector), Social Intelligence Analytics

2- Automotive & Mobility Development, Audience Measurement, Customer Experience, Channel Performance (including Retail Performance and Mystery Shopping), Media development, Capabilities

3- Public Affairs, Corporate Reputation

4- Pharma (quantitative et qualitative)

Les seuls services qui restent en décroissance sont ceux qui concernent les services relatifs aux « clients et salariés ». Ce résultat peut être expliqué, en partie, par le confinement et les mesures sanitaires strictes qui empêchent le contact physique entre, par exemple, des enquêteurs et des lieux, qui sont nécessaire dans plusieurs services dans ce segment.

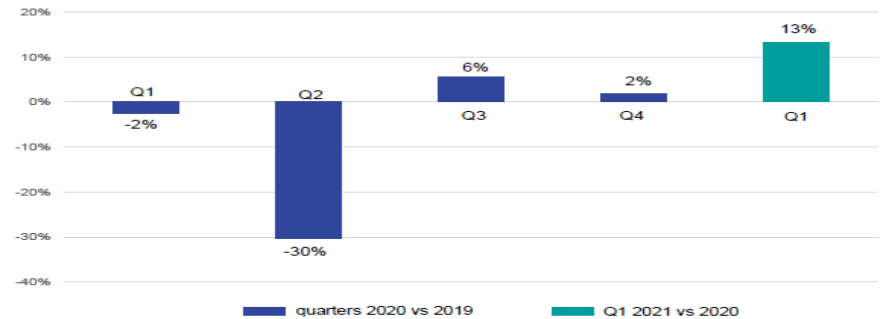
Concernant l'exploitation du Groupe Ipsos :

Ipsos ne reporte pas des chiffres précis concernant son exploitation au T1 2021, il indique que « la profitabilité est en ligne par rapport aux objectifs de l'année et en hausse significative par rapport à la même période de l'an dernier ». De plus, il précise que, « sur l'ensemble de l'année 2021, c'est environ 20 millions d'économies par rapport aux dépenses d'exploitation de 2019 qui devraient être enregistrées ».

L'investisseur retiendra :

- Sur le premier trimestre 2021, Ipsos affiche une belle activité (+14,1%), en rebond plus fort qu'attendu, dans toutes les régions (en organique) où il intervient.
- Ipsos a profité du contexte exceptionnel de la crise sanitaire du COVID-19 par la demande très vigoureuse de ses services par les autorités publiques et privées dans leur combat contre l'épidémie. Au T1 2021, son carnet de commande affiche une croissance de +13% par rapport à 2020 (graph en haute à droite).

Order book* by quarter (periodic)
at constant rates and scope



* Sales net of cancellations and postponements recognized in revenue during the year

- Le Groupe affiche un bilan solide avec un ratio d'endettement net de 20% au 31 mars 2021, en baisse par rapport aux 31% enregistrés au 31 décembre 2020 et aux 47% du 31 mars 2020. De plus, le Groupe possède un bon niveau de liquidité avec 327 M€ de trésorerie et environ 300 M€ de facilités bancaires non utilisées.
- Néanmoins, il est important de noter qu'Ipsos d'une part a du mal à accroître son activité au T1 2021 sur ses nouveaux marchés à noter principalement l'Amérique Latine et l'Asie-Pacifique (à l'exception de la Chine, on note Asie du Nord, Australie et Hong-Kong) et d'autre part a une croissance résultant beaucoup d'éléments exceptionnels liés à la crise sanitaire.



Recommandation :

- Le marché boursier réagit positivement aux résultats d'Ipsos au premier trimestre 2021 : au lendemain de la publication de ses résultats trimestrielle, le titre d'Ipsos évolue à un niveau inexploré depuis près de 10 ans ou plus précisément depuis mai 2011, lorsqu'il avait atteint un pic à 35,6 euros.
- Au cours proche de 35€ fin avril 2021, Ipsos capitalise environ 11 fois le bénéfice attendu cette année par les analystes pour un rendement coupon proche de 2,8% : **hiboo est à l'achat sur l'action mais recommande à la suite de la très forte hausse du titre depuis un an d'attendre une consolidation pour intervenir sur l'action.**



hiboo.expert

