



Paris, le 26 janvier 2022,

Dossier de presse

- Ifop, la résilience,
- **Portraits Ifop : nominations & mouvements** (page 5)



Paris, le 27 janvier 2022,

Communiqué de presse – Groupe Ifop

Ifop, la résilience

En ce début d'année 2022, l'heure est à la projection. Quelles sont les nouvelles ambitions du Groupe Ifop, institut d'études pionnier et leader des sondages d'opinion ? Comment se positionne Ifop dans l'écosystème des études marketing ? Quelle est la singularité du Groupe ? Des questions auxquelles vous trouverez des réponses dans cet article exclusif.

Depuis le début de la crise sanitaire, le Groupe Ifop a su s'adapter et aborde l'année 2022 avec enthousiasme.

Sa capacité, à traverser les époques, depuis 1938, année de sa création, permet au Groupe d'avoir un regard constant dans le rétroviseur pour comprendre la société dans laquelle il vit et pour toujours mieux anticiper l'avenir.

Le Groupe connaît ces dernières années une croissance régulièrement supérieure à celle du marché et dévoile ses ambitions futures.



#humanfocus

Une aventure humaine

Stéphane Truchi, CEO du Groupe Ifop depuis 2008, place le capital humain au centre du développement du Groupe. Il a à cœur de réunir des talents aux individualités référentes et engagés dans l'entreprise. Il milite pour un management qui valorise le collectif, laissant à chacun un espace d'expression et une liberté d'action, qui permettent à des profils d'origines plurielles et dotés pour la plupart d'expériences internationales, d'entreprendre pour un objectif commun.

Ifop est fier de rester une école de formation reconnue par la profession.

« La force d'Ifop c'est de faire développer un jeu collectif par des individualités fortes », Stéphane Truchi, CEO du Groupe Ifop, qui a, pendant plusieurs années, entraîné des équipes de football dont il a incarné les valeurs collectives.

Depuis la pandémie, Stéphane Truchi, Christophe Jourdain, DG Groupe Ifop, et leur équipe de direction mettent un point d'honneur à accélérer les réflexions sur les enjeux liés aux nouvelles formes de travail afin d'apporter des réponses qui contribuent au bien-être des collaborateurs.



Plusieurs chantiers sont en cours, mais des fondamentaux émergent déjà : des valeurs partagées comme l'Engagement, la Passion, la Proximité et l'Ouverture et l'affirmation d'engagements RSE tangibles dévoilés en ce moment même sur nos réseaux, dans notre Charte « Ifop Horizons ».

#internationalskill

Un ADN international

Outre les 18 nationalités (hors UE) qui se côtoient à Paris, le Groupe intervient également dans plus de 70 pays. Depuis 1997, le Groupe est implanté en Chine, avec à sa tête Kevin Zhou, un professionnel respecté des études marketing. En 2020, un bureau a ouvert ses portes à New-York avec à sa tête Stephanie Sandler* qui bénéficie d'une double expérience marketing & études.

Le Groupe se trouve plus précisément là où sont implantés de grands groupes français des secteurs du Luxe et la Beauté, ce qui fait d'Ifop un institut leader qui travaille aux côtés des plus grandes Maisons et Groupes de luxe en France et à l'international.

Plus de la moitié du business Ifop est réalisé à l'international et 90% sur les secteurs Luxe, Beauté, Wellbeing (*cf. axe de développement*)

#hybridation

Un business model dynamique

L'organisation autour de business units autonomes et la mise en place depuis plusieurs années d'un écosystème de partenaires (Big Sofa, Luxurysight, Rouge Vif, Serenytics, ADN, ...) sont la clé d'une politique de développement dynamique.

A cela s'ajoutent nos équipes d'experts 100% dédiés par secteur qui offrent un service personnalisé tant dans le design de l'étude, l'analyse des insights et dans la relation avec le client, ce qui permet à Ifop de délivrer une expérience riche et plébiscitée par ses clients (*source étude clients Ifop 2021*).

Enfin, face à la pluralité et à la richesse de la data, l'hybridation est de plus en plus nécessaire pour objectiver, interpréter et donner du sens. Un programme interne « Open Ifop » est engagé depuis 2020 pour stimuler les collaborations entre nos différents experts et apporter des réponses pertinentes aux problématiques de nos clients. En 2021, plus de 60 projets hybrides ont été conduits.



#insightment

L'insight au cœur de notre métier

« La data ne parle pas d'elle-même, il faut faire parler la data et la contextualiser pour lui donner de la valeur et du sens », Stéphane Truchi, CEO du Groupe.

Revenons à ce qui fait fondamentalement la valeur de notre vision du métier !

D'abord, identifier et interroger la cible pertinente, aussi sensible ou rare qu'elle soit. Cela peut se faire soit de manière traditionnelle soit en collaboration avec des partenaires technologiques comme Episto, pour mieux capter certaines cibles.

Ensuite, les experts Ifop conseillent sur la meilleure manière d'engager cette cible, avec un savoir-faire reconnu en design et dans l'expérience d'interview. L'objectif de cette étape est de mettre tous les ingrédients indispensables à la bonne interprétation des résultats dans un contexte sectoriel maîtrisé. En vue de résultats objectivés, contextualisés, mis en perspective avec la bonne lecture de la société et du secteur.

Parmi eux :

- Sociovision, filiale spécialisée dans les études sociologiques acquise en 2018. Une marque référente, aux données historiques, qui décrypte et anticipe depuis plus de 40 ans, les phénomènes sociétaux à partir d'observatoires uniques sur le marché. (en France et à l'international),
- Une base de sondages Ifop publiée depuis plus de 8 décennies, vivier unique de connaissance, avec plus de 600 sujets disponibles par an,
- Des experts sectoriels immergés dans les enjeux de leurs clients,
- Des auteurs visionnaires avec des ouvrages à succès qui structurent l'analyse sociétale, politique et économique (*La Fracture*, Les Arènes – Frédéric Dabi*, Directeur Général Opinion, *L'Archipel Français*, *La France sous nos Yeux*, Le Seuil, réalisés par Jérôme Fourquet, Directeur du Département Opinion et Stratégies d'entreprise, *Luxe et Résilience*, Dunod, avec Stéphane Truchi, co-auteur).

#opinionpollleader

Un leadership dans les études d'opinion

Le Groupe Ifop est une référence reconnue dans la conduite de dispositifs d'études marketing et ce dans tous les secteurs de l'économie mondiale grâce à une organisation sectorielle et des savoir-faire métiers spécifiques.

Le leadership dans les sondages d'opinion, de société et de climat social quant à lui, s'ancre au cœur de la stratégie pour le Groupe en France. Frédéric Dabi, DG Opinion et Jérôme Fourquet, Directeur du Département Opinion et Stratégies d'entreprise, dirigent cette expertise et accompagnent la compréhension de la société française avec leurs analyses reconnues.

Ce leadership va encore se renforcer en cette période électorale, où Ifop Opinion déploie un dispositif complet pour comprendre, au quotidien, la séquence qui se joue (rolling présidentiel avec



estimations quotidiennes, soirées électorales sur les plateaux de TF1 et LCI, baromètres pré-électoraux, rendez-vous VIP, émissions Twitch et collaborations avec des Youtubeurs...).

« Un héritage avec un grand H, que nous sommes fiers d'avoir. Une manière évidente de continuer à décrypter une partie de l'Histoire de notre pays. Frédéric et Jérôme, avec leurs équipes, ont su faire grandir cette activité et la porter au plus haut, notamment avec leurs deux derniers ouvrages parus en 2021 ». Stéphane Truchi, CEO du Groupe

#uniqueproposition

Un regard prospectif/augmenté

Plusieurs briques viennent compléter l'offre et booster le business d'Ifop.

- En 2022, le savoir faire qualitatif du Groupe est une priorité avec la création de l'entité Ifop IQ (Inspiring Qual) qui réunit les activités « quali » déjà en place et InCapsule by Ifop créée en 2011, qui avait à l'époque installé Ifop comme pionnier sur les Tendances et le Conseil en Innovation. Ilana Dupeyron* qui a rejoint Ifop en avril 2021 dirige cette nouvelle entité. L'objectif : déployer en France et à l'international des dispositifs innovants en vue d'accompagner l'innovation et les stratégies de positionnement de marques dans l'ensemble des secteurs où Ifop est présent.
- L'intégration de solutions technologies et de la datascience dans nos études de segmentation pour comprendre et monitorer la relation des consommateurs aux marques et aider nos clients à mieux segmenter leurs propositions sur le marché, en les adressant aux cibles les plus pertinentes.
- La mise en place de dispositifs de démocratie participative comme les conférences de citoyens qui se révèlent être un outil d'actualité pour recréer des liens décideurs/experts/citoyens/consommateurs.

#internationalgrowth

Luxe, Beauté, Wellbeing : l'axe de développement international

A partir de ses bureaux de Paris, Shanghai, Hong Kong et New York, Ifop réunit une communauté de 80 collaborateurs spécialisée dans les enjeux des marques dans les univers du Luxe, de la Beauté et du Wellbeing.

La stratégie de développement est globale.

- Des réponses sur mesure et une team multi-expertises pour adresser les sujets : trends & prospective / image & communication / consumer understanding / innovation/ retail,
- Des interlocuteurs « Grand Compte » dédiés pour nos principaux clients,
- Un savoir faire éprouvé en matière d'interrogation des cibles Affluent,
- Une parfaite connaissance des spécificités locales,
- Des partenaires sélectionnés dans les principales zones du monde pour compléter nos expertises,



Ce modèle de développement nous rend singuliers sur le marché des études et met au service de nos clients un savoir-faire exemplaire sur la conduite d'expériences études adaptées aux univers et cibles du Luxe, de la Beauté, et du Wellebeing. Stéphane Truchi, CEO du Groupe Ifop,

#powerfulbrand

Une marque puissante

Ifop est une marque patrimoniale qui a traversé les générations avec force et résilience, et qui s'est progressivement développée comme une référence à l'international.

Aujourd'hui, la puissance de la marque reste intacte. Elle grandit. On parle désormais du Groupe Ifop, permettant ainsi d'y lier les acquisitions actuelles et à venir. Isabelle Grange* est nommée Directrice du Marketing & Développement du Groupe pour en soutenir les ambitions et aider au développement des entités et filiales. Elle a pour mission d'enrichir et de déployer l'expérience Ifop auprès des collaborateurs, des clients et des médias.

En conclusion, « Je suis très fier d'engager cette année 2022 avec de nombreux projets de croissance et de transformation, qui viendront enrichir notre proposition, et apporter de nouvelles solutions créatives et innovantes à nos clients. Je me réjouis de les partager avec vous tout au long de cette année ». Stéphane Truchi, CEO du Groupe Ifop,

Contact Presse/demandes d'interviews : contact@ifop.com / 01.45.84.14.44

Portraits Groupe Ifop

À LA RENCONTRE DE ...

Frédéric Dabi, Directeur Général Opinion

Comment avez-vous entendu parler du Groupe IFOP la première fois ?

Dans les années 80 à travers le Top 50 des personnalités préférées des Français.

Avez-vous une anecdote à propos de votre premier jour ?

C'était le 31 mars 1995, un jour de grève nationale.

Avez-vous une passion que vous souhaitez partager en dehors du Groupe IFOP ?

La musique classique à travers les concerts ou l'opéra, moments particuliers où le temps s'arrête et mes téléphones sont en mode avion.

Comment décririez-vous Ifop en un mot ?

Passion

Comment voyez-vous le Groupe IFOP dans les années à venir ?

Occupant toujours une place à part à la fois référent mais aussi pionnier



Mon parcours

Directeur du Pôle Opinion de Ifop depuis 2003 puis DGA du Groupe Ifop depuis 2011, je suis depuis plus de 25 ans un expert reconnu dans la compréhension des phénomènes de société et d'opinion. Diplômé d'un DEA de sociologie politique et d'un DESS de communication politique et sociale à l'Université Paris I Panthéon-Sorbonne, je débute comme chargé d'études en 1995 à Ifop avant de devenir directeur d'études au sein du département Opinion. Je rejoins en 2000 l'institut CSA en tant que directeur d'études puis directeur adjoint du département Opinion. En 2003, je reviens à Ifop pour prendre la direction du département Opinion et Stratégies d'entreprises. Et accède en 2021 à la fonction de Directeur Général Opinion. Auteur du Livre la Fracture (Les Arènes), je continue à décrypter avec passion la société qui nous entoure.



À LA RENCONTRE DE ...

Roland Peyraube

Directeur Administratif et Financier

Comment avez-vous entendu parler du Groupe Ifop la première fois ?

Suite à la publication d'un sondage Rolling puis lors d'une intervention de Stéphane Truchi sur les enjeux du luxe.

Avez-vous une anecdote à propos de votre premier jour ?

Arrivé en avril 2021, j'étais un peu "lost in translation" : « Dose », « wellbeing », « hybridation », « panels », « Inspiring Qual » et bien d'autres encore ...

Avez-vous un side-project en dehors du Groupe Ifop ?

Plutôt trois en parfait équilibre : Surf, cinéma & littérature.

Comment décririez-vous Ifop en un mot ?

Je n'ai pas un mot mais plusieurs mots : agile, analytique, prospectif, regard sur la société, réfléchi, enrichissant.

Comment voyez-vous le Groupe Ifop dans les années à venir ?

100 millions de CA et toujours expert et agile !



Mon parcours

Je suis diplômé de l'EDHEC, père de trois filles, passionné de surf, de cinéma, de littérature mais aussi d'EBITDA.

J'ai 25 ans d'expérience en Finance dont 5 ans en UK & aux USA.

J'ai débuté ma carrière chez Valeo en 1995 puis j'ai travaillé 17 ans chez EDITIS en passant par Vivendi Universal Games avant de rejoindre Ifop.

En charge des fonctions Finances, RH, IT et Juridique, j'ai pour mission de consolider la stratégie des fonctions supports pour ainsi garantir la croissance actuelle et à venir du Groupe.



À LA RENCONTRE DE ...

Stephanie Sandler
Présidente d'Ifop Inc,
North America

Comment avez-vous entendu parler du Groupe Ifop la première fois ?

Chez Chanel.

Avez-vous une anecdote à propos de votre premier jour ?

Je suis arrivée à Ifop en octobre 2020. C'était un peu difficile de commencer en pleine pandémie loin de tout le monde mais plusieurs personnes m'ont appelée pour se présenter !

Avez-vous un side-project en dehors du Groupe Ifop ?

Je suis une foodie, j'adore les restaurants.

Comment décririez-vous Ifop en un mot ?

Savoir-faire.

Comment voyez-vous le Groupe Ifop dans les années à venir ?

Une société innovante et une "thought leader" dans les secteurs de luxe et beauté.



Mon parcours

Profil polyvalent spécialisé dans la stratégie de marque et les études de consommation, j'ai travaillé près de 20 ans dans des maisons de luxe (Chanel et Richemont).

J'étais en lead sur le développement de produits, le marketing, les communications et les activités de vente au détail afin d'accroître les ventes aux niveaux mondial et local.

J'ai une bonne expérience autour de la Data et le Consumer Insight. Cela permet de proposer des services et des communications pertinentes, innovantes et attrayantes, ainsi que des relations clients et expériences personnalisées.



À LA RENCONTRE DE ...

Ilana Dupeyron

Head of Ifop IQ - Inspiring Qual

Comment avez-vous entendu parler du Groupe Ifop la première fois ?

En France tout le monde connaît Ifop. Moi, c'était via le luxe, un domaine que je connais bien et où Ifop est une référence.

Avez-vous une anecdote à propos de votre premier jour ?

On a refusé l'entrée à mon labrador James. Mais un jour, il reviendra au bureau !

Avez-vous un side-project en dehors du Groupe Ifop ?

Cela reste classique : tennis, musique classique et toujours à la découverte de la prochaine expérience luxe.

Comment décririez-vous Ifop en un mot ?

Inspiring Future-Oriented Positivity.

Comment voyez-vous le Groupe Ifop dans les années à venir ?

Hybride avec une part belle pour le quali & le plan strat, plus international encore et plus « next gen tech » !



Mon parcours

Passionnée par les consumer insights, les marques et l'innovation, j'accompagne depuis plus de 16 ans les grands acteurs de l'industrie du luxe, beauté et FMCG dans leurs différents challenges marketing. Grâce à mon bagage multi-culturel et polyglotte, ma curiosité et mon esprit créatif, mes principales missions vont consister à faire émerger les insights clés en m'appuyant sur l'expertise quanti d'Ifop pour proposer une vision 360, en mesure de décrypter la complexité des sujets.



À LA RENCONTRE DE ...

Isabelle Grange

Directrice Marketing et Développement



Comment avez-vous entendu parler du Groupe Ifop la première fois ?

Pendant mes études où il était question de comprendre le rôle des études dans les stratégies de communication.

Avez-vous une anecdote à propos de votre premier jour ?

le 18 juin 2008, une date « historique » qui reste dans les mémoires.

Avez-vous un side-project en dehors du Groupe Ifop ?

Passionnée d'art de vivre et de création. J'ai une curiosité naturelle pour tout ce qui est nouveau, qui sort du cadre. Je suis une chasseuse de tendances (arty, food, archi), brand addict (depuis culture pub:-)). J'ai besoin chaque jour de ma dose d'inspiration.

Comment décririez-vous Ifop en un mot ?
Surprenant !

Comment voyez-vous le Groupe Ifop dans les années à venir ?

Ambitieux ! A l'image de cette énergie que l'on peut y ressentir : des champs d'intervention insoupçonnés, des rencontres de passionnés qui entreprennent tous les jours, la liberté d'aller aux bouts de ses idées !

Mon parcours

J'ai près de 20 ans d'expérience dans les métiers qui accompagnent la transformation des entreprises - change management, communication, conseil, innovation et marketing stratégique. D'abord dans le secteur bancaire, chez HSBC puis dans celui de la distribution, chez Carrefour avant de rejoindre Ifop en 2008. En 2011, j'y cocrée l'entité InCapsule by Ifop, dédiée aux Tendances et Conseil en innovation et accompagne des stratégies de marques avec des dispositifs études créatifs (retail, cosmétique, collectives, food, assurance...). 10 ans plus tard, je souhaite impulser une vision globale de la Marque en soutien des ambitions de croissance du Groupe.

Contact Presse/demandes d'interviews : contact@ifop.com / 01.45.84.14.44