

## Information trimestrielle du 1<sup>er</sup> trimestre 2016

Paris, le 10 mai 2016 – JCDecaux SA (Euronext Paris : DEC), numéro un mondial de la communication extérieure, a publié ce jour la présente information trimestrielle pour le 1<sup>er</sup> trimestre 2016.

### FAITS MARQUANTS DU 1<sup>er</sup> TRIMESTRE 2016

#### Principaux contrats remportés

- **Royaume-Uni**

En février, JCDecaux a annoncé avoir remporté le contrat des abribus publicitaires du Royal Borough de Kensington et Chelsea.

- **Amérique du Nord**

En mars, JCDecaux a annoncé avoir remporté un contrat de 10 ans pour la concession publicitaire et de sponsoring de l'aéroport international de Dallas Fort Worth. Ce nouveau programme inclura 75 % de dispositifs publicitaires digitaux, notamment un réseau d'écrans digitaux 70 pouces, de spectaculaires murs vidéo haute définition et des guides interactifs dans les zones de réception des bagages.

- **France**

En mars, JCDecaux a annoncé avoir renouvelé avec SNCF Réseau, à la suite d'un appel d'offres, la convention d'occupation relative à la mise à disposition d'emplacements publicitaires « hors gare » pour une durée de 8 ans.

#### Autres événements

- **Amérique du Nord**

En janvier, JCDecaux et Verizon Wireless, l'opérateur du réseau mobile américain le plus fiable avec 108,6 millions d'abonnements mobiles dans l'ensemble du pays, ont annoncé la signature d'un contrat pluriannuel pour le déploiement de *small cells* 4G LTE intégrées au mobilier urbain de JCDecaux aux États-Unis.

- **Royaume-Uni**

En janvier, JCDecaux a annoncé le lancement de son hub londonien dédié à la création digitale, 'JCDecaux Dynamic', et la nomination d'Alex Matthews et Rick Burgess, de l'agence BBH. JCDecaux Dynamic se concentrera sur l'aspect créatif des contenus digitaux et sur l'innovation technique en matière de communication extérieure, afin d'offrir aux clients de JCDecaux des stratégies innovantes et créatives, adaptées à l'environnement du consommateur.

- **France**

En janvier, JCDecaux a annoncé deux nominations, suite au départ en retraite de Patrick Gourdeau, Directeur Juridique Groupe, le 31 mai 2016. Bertrand Allain qui rejoint JCDecaux à compter du 1<sup>er</sup> février 2016, assumera les fonctions de Directeur Juridique Groupe à partir du 1<sup>er</sup> juin 2016. Nicolas Dufouleux est nommé Directeur Juridique adjoint Groupe en charge des Affaires Internationales à compter du 1<sup>er</sup> février 2016.

### CHIFFRE D'AFFAIRES AU 31 MARS 2016 ET PERSPECTIVES

A la suite de l'application de la norme IFRS 11 depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2014, les données opérationnelles présentées ci-dessous sont ajustées pour prendre en compte l'impact en

proportionnel des sociétés sous contrôle conjoint et sont, par conséquent, comparables aux données historiques. Merci de vous référer au paragraphe « Données ajustées » en page 3 de ce communiqué pour la définition de ces données ajustées ainsi que pour la réconciliation avec les données IFRS.

Le chiffre d'affaires ajusté du Groupe pour le premier trimestre 2016 est en hausse de 15,3 % à 748,5 millions d'euros, comparé à 649,0 millions d'euros au premier trimestre 2015.

En excluant l'impact négatif lié à la variation des taux de change et l'effet positif des variations de périmètre, le chiffre d'affaires ajusté croît de 10,5 %.

Le chiffre d'affaires publicitaire ajusté, hors ventes et locations de matériel, et contrats d'entretien, est en augmentation de 10,9 % en organique au premier trimestre 2016.

Chiffre d'affaires ajusté du 1 <sup>er</sup> trimestre 2016	2016 (m€)	2015 (m€)	Croissance publiée	Croissance organique <sup>(a)</sup>
Mobilier Urbain	333,4	291,3	+14,5%	+9,7%
Transport	312,0	268,9	+16,0%	+12,9%
Affichage	103,1	88,8	+16,1%	+5,9%
<b>Total</b>	<b>748,5</b>	<b>649,0</b>	<b>+15,3%</b>	<b>+10,5%</b>

a. A périmètre et taux de change constants

Merci de noter que les commentaires ci-dessous, relatifs aux zones géographiques, concernent l'évolution du chiffre d'affaires organique.

## **MOBILIER URBAIN**

Le chiffre d'affaires ajusté du premier trimestre est en hausse de 14,5 % à 333,4 millions d'euros (+9,7 % en organique). L'Europe (incluant la France et le Royaume-Uni), l'Asie-Pacifique et le Reste du Monde réalisent une forte performance. L'Amérique du Nord affiche une bonne croissance.

Le chiffre d'affaires publicitaire ajusté du premier trimestre, hors ventes et locations de matériel, et contrats d'entretien, croît de 11,6 % en organique par rapport au premier trimestre 2015.

Le déploiement à Londres du plus grand réseau de Mobilier Urbain digital au monde, avec 1 000 écrans de 84 pouces, prend plus de temps que prévu principalement en raison de la complexité de mise en œuvre de ce projet de construction impliquant plusieurs parties prenantes dans le modèle opérationnel de TfL. En conséquence, nous avons démarré le deuxième trimestre avec seulement 20 écrans au lieu de 300 et la perte attendue de revenus publicitaires par rapport à notre plan initial sera significative pour notre activité de Mobilier Urbain au Royaume-Uni au premier semestre 2016. Nous prévoyons désormais d'opérer 200 écrans à la fin du deuxième trimestre 2016 au lieu de 500, mais nous nous réjouissons du succès, meilleur qu'attendu, dans l'obtention des permis de voirie pour les « boroughs » (arrondissements) du centre-ville. Cela permettra d'assurer un réseau digital de premier ordre avec de nombreux emplacements premium tels qu'Oxford Street, Park Lane, The Strand, Kensington High Street... Nous sommes donc confiants quant au résultat final qui fera plus que compenser le retard du démarrage.

## **TRANSPORT**

Le chiffre d'affaires ajusté du premier trimestre est en augmentation de 16,0 % à 312,0 millions d'euros (+12,9 % en organique). L'Europe (incluant la France et le Royaume-Uni) affiche une bonne croissance. L'Asie-Pacifique et le Reste du Monde réalisent une performance positive à deux chiffres. L'Amérique du Nord est légèrement négative.

## **AFFICHAGE**

Le chiffre d'affaires ajusté du premier trimestre est en hausse de 16,1 % à 103,1 millions d'euros (+5,9 % en organique). L'Europe (incluant la France et le Royaume-Uni) est en hausse. Le Reste du Monde affiche une croissance solide.

Notre activité Affichage s'améliore sensiblement avec une performance positive en Europe grâce à la digitalisation en cours au Royaume-Uni, mais le manque de consolidation en Europe

reste le principal problème, alors qu'en Russie, la consolidation du marché se poursuit à la suite des défauts de paiement des redevances de Moscou de la part de certains opérateurs locaux permettant une augmentation des revenus. Notre réseau d'affichage grand format digital à Chicago est désormais en bonne voie avec 43 écrans en activité sur 60, obtenant les meilleurs revenus publicitaires par face grand format dans la troisième plus grande agglomération des États-Unis tandis que la ville a déjà affiché plus de 24 millions de messages destinés aux automobilistes qui utilisent les autoroutes de Chicago. D'autres grandes villes américaines ont manifesté un intérêt pour ce programme et l'État de Californie va bientôt prendre une décision quant à la publication d'un appel d'offres portant sur un programme pilote destiné à améliorer une partie des panneaux autoroutiers à messages variables par des dispositifs digitaux prestigieux affichant des « Alertes Enlèvements », des rapports sur l'état du trafic et de la publicité.

A l'occasion de la publication du chiffre d'affaires du premier trimestre 2016, **Jean-François Decaux, Président du Directoire et Codirecteur Général de JCDecaux**, a déclaré :

*« Nous sommes très heureux d'annoncer un chiffre d'affaires de 748,5 millions d'euros au premier trimestre 2016, en hausse de 15,3 % par rapport à l'année dernière, soit une croissance organique de 10,5 %. JCDecaux a très bien démarré l'année tant sur tous ses segments d'activité que sur toutes ses régions avec une contribution croissante de son portefeuille digital premium qui représente désormais 11,5 % de son chiffre d'affaires. La performance de notre activité de Mobilier Urbain a principalement été tirée par la France et le Royaume-Uni qui bénéficie du contrat des abribus de Londres. Notre activité Transport continue de bénéficier à la fois du digital qui représente près de 20 % du chiffre d'affaires et d'une forte exposition aux marchés à plus forte croissance (notamment la Chine). Notre activité Affichage s'améliore légèrement avec une performance positive en Europe et une bonne croissance du chiffre d'affaires en Russie.*

*L'intégration des récentes acquisitions progresse bien. En ce qui concerne CEMUSA, l'intégration des États-Unis, du Brésil et de l'Italie est déjà terminée et nous espérons finaliser celle de l'Espagne en juin. Nous avons commencé à optimiser le réseau de Mobilier Urbain de la ville de New York au premier trimestre 2016 avec l'installation d'abribus publicitaires sur la 5<sup>ème</sup> avenue, entre la 58<sup>ème</sup> rue et la 34<sup>ème</sup> rue, artère commerçante la plus chère au monde, et la digitalisation de panneaux publicitaires additionnels est attendue pour les troisième et quatrième trimestres 2016. En Amérique Latine, grâce à la finalisation de l'acquisition des activités d'OUTFRONT Media, nous avons renforcé notre position de leader dans cette région où nous sommes présents dans les 10 villes les plus riches du continent. En Afrique, Continental Outdoor Media est désormais pleinement intégré dans ses 14 pays.*

*En ce qui concerne le deuxième trimestre 2016, et compte tenu du ralentissement de l'économie mondiale, nous prévoyons une croissance organique autour de 3 %.*

*Nous restons convaincus que la communication extérieure conserve sa force et son attractivité, dans un paysage des médias de plus en plus fragmenté. Avec notre exposition grandissante aux pays à plus forte croissance, le déploiement de notre portefeuille digital allié à une nouvelle plateforme de vente à l'audience alimentée en données qualitatives, notre faculté à remporter de nouveaux contrats et la qualité de nos équipes dans le monde, nous sommes convaincus que nous sommes bien positionnés pour continuer à surperformer le marché publicitaire mondial et renforcer notre position de numéro un du marché de la communication extérieure grâce à des gains profitables de parts de marchés. La solidité de notre bilan est un avantage clé qui nous permettra de continuer à saisir les opportunités de croissance qui se présenteront. »*

## **DONNÉES AJUSTÉES**

La norme IFRS 11, applicable depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2014, conduit à retenir la méthode de la mise en équivalence des sociétés sous contrôle conjoint.

Toutefois, afin de refléter la réalité opérationnelle du Groupe, les données opérationnelles des sociétés sous contrôle conjoint vont continuer d'être intégrées proportionnellement dans le reporting de gestion opérationnelle du Groupe, sur lequel s'appuient les dirigeants pour suivre l'activité, allouer les ressources et mesurer la performance.

En conséquence, conformément à IFRS 8, l'information sectorielle intégrée aux états financiers est en ligne avec cette information interne, et la communication financière externe du Groupe s'appuie donc sur cette information financière opérationnelle. L'information financière et les commentaires sont donc basés sur des données « ajustées » qui sont systématiquement réconciliées avec les états financiers IFRS.

Au premier trimestre 2016, l'impact de la norme IFRS 11 sur le chiffre d'affaires ajusté était de -93,0 millions d'euros (-72,1 millions d'euros au premier trimestre 2015), ramenant le chiffre d'affaires IFRS à 655,5 millions d'euros (576,9 millions d'euros au premier trimestre 2015).

## **Déclarations de nature prévisionnelle**

Ce communiqué peut contenir certaines déclarations de nature prévisionnelle. Ces déclarations ne sont pas des garanties quant à la performance future de la Société. Bien que la Société estime que ces déclarations reposent sur des hypothèses raisonnables à la date de publication du présent communiqué, elles sont par nature soumises à des risques et incertitudes, pouvant donner lieu à un écart entre les chiffres réels et ceux indiqués ou induits dans ces déclarations.

Ces risques et incertitudes incluent notamment les risques décrits dans le document de référence déposé par la Société auprès de l'Autorité des Marchés Financiers.

Les investisseurs et les détenteurs de valeurs mobilières de la Société peuvent obtenir copie de ce document de référence auprès de l'Autorité des Marchés Financiers sur le site web [www.amf-france.org](http://www.amf-france.org) ou directement auprès de la Société sur le site [www.jcdecaux.com](http://www.jcdecaux.com).

La Société n'a pas l'obligation et ne prend pas l'engagement de mettre à jour ou de réviser les déclarations de nature prévisionnelle.

## **SITUATION FINANCIERE**

L'évolution du chiffre d'affaires est l'élément majeur qui a impacté la marge opérationnelle, le cash-flow disponible ou la dette nette du Groupe au cours du 1<sup>er</sup> trimestre 2016.