

## Communication Extérieure

Afrique du Sud  
 Allemagne  
 Angola  
 Arabie Saoudite  
 Australie  
 Autriche  
 Azerbaïdjan  
 Bahreïn  
 Belgique  
 Botswana  
 Brésil  
 Bulgarie  
 Cameroun  
 Canada  
 Chili  
 Chine  
 Colombie  
 Corée  
 Costa Rica  
 Côte d'Ivoire  
 Croatie  
 Danemark  
 Emirats Arabes Unis  
 Equateur  
 Espagne  
 Estonie  
 Eswatini  
 Etats-Unis  
 Finlande  
 France  
 Gabon  
 Guatemala  
 Honduras  
 Hongrie  
 Inde  
 Irlande  
 Israël  
 Italie  
 Japon  
 Kazakhstan  
 Lesotho  
 Lettonie  
 Lituanie  
 Luxembourg  
 Madagascar  
 Malawi  
 Maurice  
 Mexique  
 Mongolie  
 Mozambique  
 Myanmar  
 Namibie  
 Nicaragua  
 Nigeria  
 Norvège  
 Nouvelle-Zélande  
 Oman  
 Ouganda  
 Ouzbékistan  
 Panama  
 Pays-Bas  
 Pérou  
 Pologne  
 Portugal  
 Qatar  
 République Dominicaine  
 République Tchèque  
 Royaume-Uni  
 Russie  
 Salvador  
 Singapour  
 Slovaquie  
 Slovénie  
 Suède  
 Suisse  
 Tanzanie  
 Thaïlande  
 Ukraine  
 Uruguay  
 Zambie  
 Zimbabwe

## Chiffre d'affaires du premier trimestre 2020

- **CA ajusté du 1<sup>er</sup> trimestre 2020 en baisse de -13,9 % à 723,6 millions d'euros**
- **CA organique ajusté du 1<sup>er</sup> trimestre 2020 en baisse de -13,9 %**
- **Pas d'indication trimestrielle en 2020 sur la croissance du chiffre d'affaires organique ajusté attendue en raison du Covid-19**

**Paris, le 12 mai 2020 – JCDecaux SA** (Euronext Paris : DEC), numéro un mondial de la communication extérieure, publie ce jour son chiffre d'affaires pour le premier trimestre 2020.

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. 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.

Les valeurs figurant dans les tableaux sont généralement exprimées en millions d'euros. La somme des montants arrondis ou les calculs de variations peuvent présenter des écarts non significatifs par rapport aux valeurs reportées.

Le chiffre d'affaires ajusté du Groupe pour le premier trimestre 2020 est en baisse de -13,9 % à 723,6 millions d'euros, comparé à 840,0 millions d'euros au premier trimestre 2019.

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 diminue de -13,9 %.

Le chiffre d'affaires publicitaire ajusté, hors ventes, locations et contrats d'entretien de mobilier urbain et de supports publicitaires, est en baisse de -14,6 % en organique au premier trimestre 2020.

Chiffre d'affaires ajusté du 1 <sup>er</sup> trimestre	2020 (m€)	2019 (m€)	Croissance publiée	Croissance organique <sup>(a)</sup>
Mobilier Urbain	325,5	344,3	-5,5%	-5,0%
Transport	281,7	368,0	-23,4%	-23,8%
Affichage	116,3	127,7	-9,0%	-9,5%
<b>Total</b>	<b>723,6</b>	<b>840,0</b>	<b>-13,9%</b>	<b>-13,9%</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 baisse de -5,5 % à 325,5 millions d'euros (-5,0 % en organique). L'Europe (incluant la France et le Royaume-Uni) est en baisse, avec la France en décroissance à deux chiffres, impactée par le confinement total à partir de mi-mars, malgré une performance positive à fin février en hausse de +1,1 %. L'Asie-Pacifique affiche une baisse à un chiffre. L'Amérique du Nord réalise une forte croissance à un chiffre. Le Reste du Monde enregistre une baisse à deux chiffres. Avant la mise en place du confinement dans de nombreux pays à partir de début mars, le Mobilier Urbain affichait une croissance de +3,9 % à fin février.

Le chiffre d'affaires publicitaire ajusté du premier trimestre, hors ventes, locations et contrats d'entretien de mobilier urbain, décroît de -5,9 % en organique par rapport au premier trimestre 2019.

### **TRANSPORT**

Le chiffre d'affaires ajusté du premier trimestre est en baisse de -23,4 % à 281,7 millions d'euros (-23,8 % en organique), reflétant une baisse significative des trafics passagers aériens et des

JCDecaux SA

Siège Social : 17, rue Soyer - 92200 Neuilly-sur-Seine - France - Tél. : +33 (0)1 30 79 79 79

Royaume-Uni : 27 Sale Place - London W2 1YR - Tél. : +44 (0)20 7298 8000

www.jcdecaux.com

Société Anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance au capital de 3 245 684,82 euros - 307 570 747 RCS Nanterre - FR 44307570747

usagers dans les systèmes de transport terrestres. L'Europe (incluant la France et le Royaume-Uni) est en décroissance à deux chiffres, avec un impact négatif de la pandémie de Covid-19 et le non-renouvellement du contrat national déficitaire des aéroports espagnols AENA. L'Asie-Pacifique affiche une baisse significative, impactée par la pandémie de Covid-19 sur l'ensemble du trimestre. L'Amérique du Nord est en hausse. Le Reste du Monde est en légère baisse.

## **AFFICHAGE**

Le chiffre d'affaires ajusté du premier trimestre est en baisse de -9,0 % à 116,3 millions d'euros (-9,5 % en organique). L'Europe (incluant la France et le Royaume-Uni), le Reste du Monde et l'Asie-Pacifique sont en baisse. L'Amérique du Nord affiche une croissance à deux chiffres.

A l'occasion de la publication du chiffre d'affaires du premier trimestre 2020, **Jean-François Decaux, Président du Directoire et Co-Directeur Général de JCDecaux**, a déclaré :

*« Après un bon démarrage dans la plupart des marchés affichant une croissance positive, à l'exception de la Chine, en janvier et février, notre activité a commencé à être affectée de manière significative par les confinements totaux et partiels dus au Covid-19 en mars, nous obligeant à retirer nos prévisions de chiffre d'affaires pour le 1<sup>er</sup> trimestre. Notre chiffre d'affaires du premier trimestre 2020 atteint 723,6 millions d'euros en baisse organique de -13,9 % par rapport à l'année dernière, malgré une croissance organique du chiffre d'affaires digital de +1,1 %.*

*Notre chiffre d'affaires digital, qui représente désormais 27,6 % du chiffre d'affaires du Groupe contre 23,5 % à la même période l'année dernière, a augmenté de +0,8 % avec des croissances pour le Mobilier Urbain digital et l'Affichage digital de respectivement +17,5 % et +2,8 %, tandis que le Transport digital a baissé de -10,1 %.*

*La baisse organique du chiffre d'affaires en Mobilier Urbain de -5,0 % est entièrement due aux confinements introduits fin février en Italie et à partir de mi-mars dans de nombreux autres pays comme la France, l'Espagne, le Royaume-Uni, l'Australie... ainsi que dans des États / villes américains comme la Californie, New York... Le chiffre d'affaires de l'Affichage a baissé de -9,5 % en organique, pour les mêmes raisons. Le Transport a été le segment le plus impacté avec une baisse organique de -23,8 % du chiffre d'affaires, principalement en raison d'une baisse significative du trafic passagers à la fois dans les aéroports et dans les systèmes de transport et d'une baisse matérielle des ventes publicitaires en Asie-Pacifique, la Chine étant le premier pays touché par cette pandémie.*

*Nous prévoyons désormais que l'impact négatif du Covid-19 sur nos activités augmentera considérablement à court terme, mais il n'est pas possible de quantifier l'amplitude ou la durée de son impact. Par conséquent, nous ne sommes pas en mesure de fournir des indications pour le 2<sup>ème</sup> trimestre ainsi que pour les 3<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> trimestres. Cela dit, les mesures de confinement rappellent à des milliards de personnes dans le monde que nous avons tous besoin d'être à l'extérieur pour vivre une vie normale avec nos amis et notre famille. Pour cette raison, nous nous attendons à ce que la Communication Extérieure et la Communication Extérieure Digitale bénéficient de la réouverture des pays et des villes avec des investissements publicitaires en Mobilier Urbain et en Affichage qui rebondissent plus rapidement que pour le Transport, qui sera affecté par la distanciation sociale, tandis que la publicité dans les aéroports mettra plus de temps à retrouver son niveau d'avant crise du Covid-19. Par exemple, en France, dès que le gouvernement a annoncé la levée progressive des restrictions de confinement à compter du 11 mai, nous avons commencé à réaliser des ventes avec des annonceurs nationaux et locaux en Mobilier Urbain et en Affichage. De même, en Chine avec un trafic passagers dans les métros de Pékin, Shanghai et Canton à plus de 60 % du niveau pre-Covid-19 et des vols domestiques en aéroport qui redémarrent, nos ventes publicitaires s'améliorent.*

*Notre réponse à ce ralentissement sans précédent s'est concentrée sur la santé et la sécurité de nos collaborateurs dont je souhaite saluer le comportement exemplaire à travers le monde dans ces temps difficiles, les services à nos partenaires (annonceurs, agences publicitaires / media et autorités publiques et privées du monde entier) dont entre autres l'accès gratuit à nos réseaux de vélos en libre-service pour les personnels soignants et l'installation de distributeurs de solution hydroalcoolique dans nos mobiliers, la réduction de notre base de coûts, un programme d'investissements revu à la baisse ainsi que l'amélioration de notre liquidité et de notre bilan. Nous avons entamé des discussions sur l'allègement des loyers avec tous les aéroports, villes et autorités de transport dans le monde et nous saluons la récente décision, entre autres, du Conseil Municipal de Houston de lever les minimum garantis annuels pour les concessionnaires de l'aéroport jusqu'en décembre 2021. Nous avons aussi immédiatement mis en place toutes les mesures nécessaires pour permettre à toutes nos équipes de télé-travailler en toute sécurité avec plus de 80 % de nos collaborateurs (hors collaborateurs de terrain) travaillant à distance*

*actuellement. Les membres du Directoire ainsi que le Conseil de Surveillance ont décidé de réduire leurs rémunérations 2020 respectivement de 25 % et de 20 %. Nous avons également introduit une baisse des heures de travail des collaborateurs, des réductions volontaires de salaire et des mesures d'activité partielle grâce aux mesures gouvernementales, où cela est possible, avec une réduction des heures travaillées à près de 50 % en moyenne aux bornes du Groupe.*

*A la suite de notre décision de retirer la proposition de dividende 2019, nous avons saisi l'opportunité de renforcer notre liquidité et notre flexibilité financière en réalisant avec succès des émissions obligataires pour 1 milliard d'euros pour des durées de 4,5 ans et 8 ans, avec des coupons respectivement de 2,000 % et 2,625 %.*

*Dans un paysage des media de plus en plus fragmenté, la communication extérieure renforce son attractivité. Avec notre portefeuille diversifié de pays et d'annonceurs, 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 d'être 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 et à investir significativement en digital. »*

## **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 », comparables aux données historiques antérieures à 2014, qui sont systématiquement réconciliées avec les états financiers IFRS.

Au premier trimestre 2020, l'impact de la norme IFRS 11 sur le chiffre d'affaires ajusté est de -65,4 millions d'euros (-86,8 millions d'euros au premier trimestre 2019), ramenant le chiffre d'affaires IFRS à 658,2 millions d'euros (753,2 millions d'euros au premier trimestre 2019).

## DÉFINITION DE LA CROISSANCE ORGANIQUE

La croissance organique du Groupe correspond à la croissance du chiffre d'affaires ajusté hors effet de change et variation de périmètre. L'exercice de référence est inchangé par rapport aux données publiées, et la croissance organique est calculée en appliquant les taux de change moyens de l'exercice précédent au chiffre d'affaires de l'exercice en cours et en prenant en compte les variations de périmètre *pro rata temporis*, mais en incluant les variations de chiffre d'affaires liés aux gains de nouveaux contrats et aux pertes de contrats précédemment en portefeuille.

m€		T1
<b>CA ajusté 2019</b>	<b>(a)</b>	<b>840,0</b>
<b>CA IFRS 2020</b>	<b>(b)</b>	<b>658,2</b>
Impacts IFRS 11	(c)	65,4
<b>CA ajusté 2020</b>	<b>(d) = (b) + (c)</b>	<b>723,6</b>
Impacts de change	(e)	1,7
<b>CA ajusté 2020 aux taux de change 2019</b>	<b>(f) = (d) + (e)</b>	<b>725,3</b>
Variation de périmètre	(g)	(2,3)
<b>CA organique ajusté 2020</b>	<b>(h) = (f) + (g)</b>	<b>723,0</b>
<b>Croissance organique</b>	<b>(i) = (h) / (a)</b>	<b>-13,9%</b>

m€	Impact des taux de change au 31 mars 2020
AUD	2,8
BRL	2,6
HKD	(1,0)
USD	(2,0)
Autres	(0,7)
<b>Total</b>	<b>1,7</b>

Taux de change moyen	T1 2020	T1 2019
AUD	0,5956	0,6272
BRL	0,2034	0,2338
HKD	0,1167	0,1122
USD	0,9069	0,8805

## Prochaines informations :

Assemblée Générale des Actionnaires : 14 mai 2020  
Résultats du 1<sup>er</sup> semestre 2020 : 30 juillet 2020 (avant marché)

### Chiffres clés de JCDecaux

- Chiffre d'affaires 2019 : 3 890m€
- Une présence dans 3 890 villes de plus de 10 000 habitants
- Une audience journalière de plus de 890 millions de personnes dans plus de 80 pays
- 13 210 collaborateurs
- Leader dans le vélo en libre-service : pionnier de la mobilité douce
- 1<sup>ère</sup> entreprise de Communication Extérieure ayant rejoint RE100 (engagement vers le 100 % d'énergies renouvelables)
- JCDecaux est coté sur l'Eurolist d'Euronext Paris et fait partie des indices Euronext 100 et Euronext Family Business
- JCDecaux est référencé en matière de performance extra-financière dans l'indice FTSE4Good et les classements MSCI et CDP (Liste A)
- 1 061 630 faces publicitaires dans le monde
- N°1 mondial du mobilier urbain (517 800 faces publicitaires)
- N°1 mondial de la publicité dans les transports avec plus de 160 aéroports et 270 contrats de transport dans les métros, bus, trains et tramways (379 970 faces publicitaires)
- N°1 européen de l'affichage grand format (136 750 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Europe (636 620 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Asie-Pacifique (260 700 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Amérique Latine (69 490 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Afrique (22 760 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure au Moyen-Orient (15 510 faces publicitaires)

### 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.

**Direction de la Communication** : Agathe Albertini

01 30 79 34 99 – [agathe.albertini@jcdecaux.com](mailto:agathe.albertini@jcdecaux.com)

**Relations Investisseurs** : Arnaud Courtial

01 30 79 79 93 – [arnaud.courtial@jcdecaux.com](mailto:arnaud.courtial@jcdecaux.com)