

Information trimestrielle du 1^{er} trimestre 2021

Paris, le 18 mai 2021 – JCDecaux SA (Euronext Paris : DEC), numéro un mondial de la communication extérieure, a publié ce jour son chiffre d'affaires pour le premier trimestre 2021.

FAITS MARQUANTS DU 1^{er} TRIMESTRE 2021

Principaux contrats remportés

Aucun gain et renouvellement de contrat n'a été annoncé au 1^{er} trimestre 2021.

Autres événements

- **Groupe**

En février, JCDecaux a annoncé être référencé dans l'indice FTSE4Good du FTSE Russell avec une note de 4,6/5 récompensant ses performances environnementales, sociales et de gouvernance. Présent dans les indices FTSE4Good depuis 2014, JCDecaux affiche cette année une performance globale renforcée de 4,6/5 (vs. 4,5 fin 2019), bien au-dessus de la moyenne du secteur Media qui s'élève à 2,8/5 (en baisse par rapport à l'année passée). Cet écart entre la notation de JCDecaux et la moyenne du secteur est très marqué sur tous les critères de notation ESG : Environnement (1,9/5 pour le secteur vs. 5/5 pour JCDecaux), Social (2,4/5 pour le secteur vs. 4,3/5 pour JCDecaux) et Gouvernance (3,8/5 pour le secteur vs. 4,7/5 pour JCDecaux).

En mars, JCDecaux a annoncé être à nouveau référencé dans le classement « Responsabilité Sociale des Entreprises » de l'agence de notation MSCI avec la note maximale de AAA. Triple A depuis 2018, JCDecaux a obtenu en 2020 la note maximale de l'agence de notation avec une notation globale de 6,7/10, bien au-dessus de la moyenne du secteur s'élevant à 4,2/10.

En mars, JCDecaux a annoncé qu'Albert Asseraf succédera à partir du 12 avril 2021 en tant que Directeur général Communication et Nouveaux Usages à Agathe Albertini, cette dernière ayant souhaité quitter JCDecaux pour développer une activité entrepreneuriale, et élargira ainsi ses actuelles fonctions.

CHIFFRE D'AFFAIRES AU 31 MARS 2021 ET PERSPECTIVES

A la suite de l'application de la norme IFRS 11 depuis le 1^{er} 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 pour le premier trimestre 2021 est en baisse de -37,2 % à 454,3 millions d'euros, comparé à 723,6 millions d'euros au premier trimestre 2020.

En excluant l'impact négatif lié à la variation des taux de change et l'effet négatif des variations de périmètre, le chiffre d'affaires ajusté est en baisse de -34,6 %.

Le chiffre d'affaires publicitaire ajusté, hors ventes, locations et contrats d'entretien de mobilier urbain et de supports publicitaires, est en baisse de -37,2 % en organique au premier trimestre 2021.

Chiffre d'affaires ajusté du 1 ^{er} trimestre	2021 (m€)	2020 (m€)	Croissance publiée	Croissance organique ^(a)
Mobilier Urbain	223,8	325,5	-31,3 %	-30,8 %
Transport	151,6	281,7	-46,2 %	-42,7 %
Affichage	78,9	116,3	-32,1 %	-25,7 %
Total	454,3	723,6	-37,2 %	-34,6 %

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 -31,3 % à 223,8 millions d'euros (-30,8 % en organique). L'Europe (incluant la France et le Royaume-Uni), l'Asie-Pacifique, le Reste du Monde et l'Amérique du Nord affichent une baisse à deux chiffres, toujours affectés par les restrictions de déplacements. Le Royaume-Uni et l'Amérique du Nord ont été les régions les plus touchées. La plupart des régions ont souffert de mesures de confinement plus strictes par rapport au premier trimestre 2020 et au quatrième trimestre 2020, en particulier au Royaume-Uni et dans le Reste de l'Europe.

Le chiffre d'affaires publicitaire ajusté du premier trimestre, hors ventes, locations et contrats d'entretien de mobilier urbain, est en baisse de -34,2 % en organique par rapport au premier trimestre 2020.

TRANSPORT

Le chiffre d'affaires ajusté du premier trimestre est en baisse de -46,2 % à 151,6 millions d'euros (-42,7 % en organique), reflétant une baisse significative du trafic de passagers aériens et, dans une moindre mesure, des usagers des transports en commun en raison de la pandémie de la Covid-19. L'Europe (incluant la France et le Royaume-Uni) enregistre une baisse à deux chiffres par rapport au premier trimestre 2020, période à laquelle cette région n'était pas encore totalement impactée par la pandémie de la Covid-19. L'Asie-Pacifique est en baisse mais connaît un rebond significatif à deux chiffres en Chine Continentale, stimulé par les audiences domestiques qui ont presque retrouvé leur niveau d'avant crise de la Covid-19. L'Amérique du Nord est en baisse, affectée également par le non-renouvellement du contrat avec les aéroports de New York. Le Reste du Monde enregistre une baisse, toujours impacté par les restrictions liées aux voyages internationaux.

AFFICHAGE

Le chiffre d'affaires ajusté du premier trimestre est en baisse de -32,1 % à 78,9 millions d'euros (-25,7 % en organique). L'Europe (incluant la France et le Royaume-Uni), le Reste du Monde et l'Amérique du Nord affichent une baisse à deux chiffres tandis que l'Asie-Pacifique a enregistré une amélioration séquentielle avec une baisse du chiffre d'affaires à un chiffre.

À l'occasion de la publication du chiffre d'affaires du premier trimestre 2021, **Jean-Charles Decaux, Président du Directoire et Co-Directeur Général de JCDecaux**, a déclaré :

« La baisse de -34,6 % de notre chiffre d'affaires organique enregistrée au premier trimestre 2021 a été moins importante que prévue grâce à une croissance à deux chiffres en Chine Continentale, mais notre activité est toutefois restée très affectée par la pandémie de la Covid-19. Le Mobilier Urbain et l'Affichage ont souffert de restrictions de déplacements persistantes à travers le monde, tandis que les Transports sont restés particulièrement impactés par un trafic aérien international quasi-inexistant et un taux de fréquentation des transports publics bien inférieur à celui d'avant la pandémie. Le chiffre d'affaires digital représente 21,5 % du chiffre d'affaires du Groupe à fin mars 2021.

Le Mobilier Urbain et l'Affichage ont été touchés par des mesures de confinement plus strictes qu'au premier trimestre 2020 introduites dans certains grands pays, tels que les États-Unis, le Royaume-Uni et l'Allemagne, qui n'avaient décrété un confinement qu'à la fin du mois de mars 2020. Dans les Transports, indépendamment du non-renouvellement du contrat avec les aéroports de New York, l'Amérique du Nord et le Royaume-Uni ont été les régions les plus touchées sur la période. Comme

prévu, la Chine Continentale a connu un rebond à deux chiffres grâce au chiffre d'affaires publicitaire enregistré sur le marché domestique, les audiences ayant quasiment retrouvé leur niveau d'avant la pandémie .

En ce qui concerne le deuxième trimestre 2021, et compte tenu du recul historique de -63,4 % de notre chiffre d'affaires organique l'an dernier, nous prévoyons désormais une croissance du chiffre d'affaires organique ajusté supérieure à +60 % sous l'effet, comme nous l'avions anticipé, d'un fort rebond publicitaire en Mobilier Urbain et en Affichage. Ces activités commencent à bénéficier d'un retour des audiences urbaines à un niveau d'avant la pandémie de la Covid-19 grâce à l'accélération des campagnes de vaccination et la fin des confinements dans de nombreuses géographies, tandis que les Transports restent affectés par des chiffres de trafic faibles, à l'exception du trafic domestique en Chine Continentale.

Dans un contexte qui restera difficile et compte tenu d'une inévitable incertitude quant au rythme de la reprise, nous continuons à concentrer nos efforts sur la santé et la sécurité de nos équipes, notre relation étroite avec nos clients et nos partenaires ainsi que la maîtrise des coûts et la préservation de la trésorerie, y compris mais sans s'y limiter, par le biais de l'allègement des loyers et redevances, d'une baisse des investissements et d'un contrôle strict du besoin en fonds de roulement.

Enfin, je tiens à remercier sincèrement nos équipes talentueuses à travers le monde pour leur travail acharné, leur implication et leur motivation.

Dans un paysage des media de plus en plus fragmenté et de plus en plus digital, la communication extérieure et la communication extérieure digitale renforcent leur attractivité. En tant qu'entreprise de communication extérieure mondiale la plus digitalisée, avec notre nouvelle plateforme de vente à l'audience alimentée en données qualitatives, notre portefeuille bien diversifié, notre faculté à remporter de nouveaux contrats, la solidité de notre bilan et la qualité de nos équipes dans le monde, nous considérons que nous sommes bien placés pour bénéficier du rebond. »

DONNÉES AJUSTÉES

La norme IFRS 11, applicable depuis le 1^{er} 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 2021, l'impact de la norme IFRS 11 sur le chiffre d'affaires ajusté est de -37,6 millions d'euros (-65,4 millions d'euros au premier trimestre 2020), ramenant le chiffre d'affaires IFRS à 416,7 millions d'euros (658,2 millions d'euros au premier trimestre 2020).

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 liées aux gains de nouveaux contrats et aux pertes de contrats précédemment en portefeuille.

m€		T1
CA ajusté 2020	(a)	723,6
CA IFRS 2021	(b)	416,7
Impacts IFRS 11	(c)	37,6
CA ajusté 2021	(d) = (b) + (c)	454,3
Impacts de change	(e)	10,6
CA ajusté 2021 aux taux de change 2020	(f) = (d) + (e)	464,9
Variation de périmètre	(g)	8,0
CA organique ajusté 2021	(h) = (f) + (g)	472,9
Croissance organique	(i) = (h) / (a) -1	-34,6 %

m€	Impact des taux de change au 31 mars 2021
BRL	2,1
USD	1,7
HKD	1,6
AUD	(2,9)
Autres	8,1
Total	10,6

Taux de change moyen	T1 2021	T1 2020
BRL	0,1515	0,2034
USD	0,8300	0,9069
HKD	0,1070	0,1167
AUD	0,6412	0,5956

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 ou directement auprès de la Société sur le site 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^{er} trimestre 2021.

Les mesures prises par le Groupe en 2020 pour compenser la baisse de chiffre d'affaires et pour préserver la trésorerie se sont poursuivies sur le 1^{er} trimestre 2021 et permettent de maintenir une situation financière solide et une forte liquidité avec notamment une ligne de crédit engagée non tirée de 825 M€ à échéance juillet 2025 et sans covenant financier par rapport à la notation des agences de rating avant 2023.