

REPONSES AUX QUESTIONS ECRITES

Conformément à l'article R. 225-84 du Code de commerce, la Société a reçu quatre questions écrites. Les réponses à ces questions ont été données au cours de l'Assemblée Générale et sont rappelées ci-après :

Question 1 :

« *Quel est votre sentiment sur le projet de fusion TF1 et M6 et sur la consolidation du marché ?* »

Réponse :

Nous ne faisons pas de commentaires sur les opérations en cours mais nous suivons bien entendu cette annonce avec attention.

Question 2 :

« *Avez-vous pu continuer à innover dans les produits pendant la pandémie ?* »

Réponse :

Dans la crise, JCDecaux a été plus que jamais :

- aux côtés des citoyens pour leurs usages,
- aux côtés des territoires pour leur offre de services et la relance,
- aux côtés des entreprises de toutes tailles pour leur communication.

JCDecaux a continué à innover pour **améliorer durablement la qualité de vie en ville** :

- L'abribus dépolluant Filtreo® : abribus de nouvelle génération qui permet, grâce à sa toiture végétalisée, de filtrer l'air environnant pour réduire l'exposition des voyageurs aux polluants / inauguré en première française et mondiale le 11 février pour 6 mois à La Madeleine, dans la Métropole Européenne de Lille, et expérimenté prochainement à Strasbourg.
- L'abri Fraîcheur Naturelle pour lutter contre les îlots de chaleur en ville : 2^e abribus de nouvelle génération conçu et développé par JCDecaux, qui rafraîchit l'air par évaporation pour transformer le temps d'attente en un moment de bien-être / expérimenté en première mondiale, à l'été 2020 à Montigny-le-Bretonneux (78).
- Le kiosque de presse transformé en dispositif innovant : un libre-service de produits fermiers issus des circuits courts pour accompagner les agriculteurs français / équipé de casiers connectés réfrigérés, le kiosque devient le premier distributeur en libre-service de produits fermiers, de saison, issus de producteurs basés en région Centre Val-de-Loire / expérimentation inédite à Meudon depuis le mois de janvier, en partenariat avec la jeune pousse La Clayette.
- Les distributeurs de solution hydroalcoolique : entre le 11 mai et la fin du mois de juin 2020, JCDecaux a déployé en un temps record des distributeurs de solution hydroalcoolique sur 1 500 abris-voyageurs (soit 3 sur 4) et l'ensemble des 435 sanitaires automatiques parisiens / +130 millions de gestes de désinfection à Paris pour répondre au risque sanitaire / Des distributeurs de solution hydroalcooliques équipent également 40 de nos abribus à Troyes et ont également été déployés à l'international comme à Los Angeles

Nous ne sacrifions ni le service ni l'innovation : c'était notre contribution dans la crise à l'après-crise.

Question 3 :

« Quel est l'engagement de l'entreprise en termes de neutralité carbone ? »

Réponse :

- Chez JCDecaux, le développement durable, ce sont des engagements, des références, des ambitions et une performance reconnue. Depuis sa création, JCDecaux s'est toujours donné comme l'une de ses priorités stratégiques, en France et dans le monde, **la constante réduction de l'impact environnemental de son activité**. Même si la communication extérieure est un secteur d'activité à faible émission de gaz à effet de serre, JCDecaux a fait le choix de réduire d'abord ses consommations puis, plus récemment, de compenser ses émissions résiduelles
- L'une de nos actualités majeures cette année est l'atteinte de la **neutralité carbone pour l'ensemble de nos activités en France fin 2021 sur les scopes 1, 2 et 3**.
 - une avancée emblématique pour notre entreprise, pour nos clients, pour la transition écologique qui vient compléter nos nombreuses actions récentes dans ce domaine
 - qui illustre notre détermination à accélérer, aux côtés des marques, la mobilisation pour le respect de la planète
- La neutralité carbone pour JCDecaux, c'est **une avancée majeure pour nos clients car c'est l'assurance de services neutres en carbone**
 - Tous, nous sommes partenaires d'une même transformation et soucieux du même objectif : développer l'activité et l'emploi en luttant contre l'urgence climatique.
 - A l'heure où chacun doit contribuer à la transition écologique – donc à la décarbonation de ses activités –, nos clients disposent avec JCDecaux d'un partenaire fiable et responsable pour leur transformation :
 - les annonceurs et les agences savent qu'en nous faisant confiance pour leur communication, leurs campagnes seront neutres en carbone ;
 - les collectivités savent qu'avec JCDecaux, les services apportés au territoire et aux citoyens s'inscrivent dans la mise en œuvre d'un contrat global neutre en carbone.

Question 4 :

« Comment avance le projet de Loi Climat ? »

Réponse :

- Le projet de loi Climat&Résilience a été adopté en 1ère lecture par l'Assemblée nationale à la mi-avril et sera débattu au Sénat en Commissions dans une semaine, puis en séance à la mi-juin.
- Il vise à transcrire les travaux de la Convention citoyenne pour le climat et porte donc sur toutes les dimensions de la vie économique et sociale, dont la publicité.
- Outre les dispositions relatives aux contenus des messages publicitaires et donc aux produits, le média Communication extérieure est doublement concerné.
- I. Avec les autres médias, par **l'avancée que constituera – si le Parlement en décide ainsi – la contractualisation avec le CSA autour de codes de bonnes conduites**. En mars, l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) a formulé des « Engagements pour le climat » ambitieux et crédibles dont JCDecaux, grâce à ses standards d'excellence en matière de développement durable, a été une cheville ouvrière essentielle.

Nous voulons être le média volontaire et exemplaire en matière de communication responsable et de trajectoire carbone. Que Madame la Ministre de la Transition écologique, ainsi que la mission de préfiguration co-présidée par Arnaud Leroy, président de l'Ademe, et Agathe Bousquet, présidente de Publicis France, aient publiquement souligné l'engagement

de la Communication extérieure, est **une reconnaissance qui nous honore et qui nous oblige.**

JCDecaux est leader dans son secteur en matière d'excellence environnementale :

- JCDecaux en France a réduit de 55 % ses émissions de gaz à effet de serre entre 2017 et 2020 (*scopes 1 et 2 approche market-based*)
- D'ici fin 2021, nous atteindrons la Neutralité Carbone de nos activités en France et déploierons le 1er calculateur de l'empreinte économique, sociale, environnementale des campagnes.
- La démarche durable de JCDecaux est également reconnue par les agences de notation extra-financière : à la suite de la note de 4,6/5 dans l'indice FTSE4Good de FTSE Russell et de son maintien au niveau « A Leadership » au sein du CDP Climate Change, JCDecaux a obtenu, pour la quatrième année consécutive, la note maximale Triple A du classement ESG (Environnement, Social, Gouvernance) de MCI.

II. Deux autres dispositions concernent plus spécifiquement notre Média.

L'une prévoit de **décentraliser la police de l'affichage** aux maires et par délégation aux présidents d'intercommunalités pour une proximité accrue.

L'autre disposition concerne **le régime juridique des écrans numériques dans les vitrines de commerce**. A ce stade, il n'est pas prévu d'interdiction mais la possibilité pour les élus locaux de fixer des prescriptions (surface, hauteur, horaires d'extinction, consommations énergétiques, prévention des nuisances lumineuses) via les règlements locaux de publicité (RLP).

J'imagine que le Sénat précisera ce volet pour que les commerçants puissent continuer à communiquer en direction des citoyens. Ils en ont plus que jamais besoin alors qu'ils vivent une triple urgence : de la relance, du soutien à l'activité des cœurs de ville, de la riposte à l'offensive de l'e-commerce.

Au total, les débats et la concertation qui les a précédés mettent en lumière la conviction qui est la nôtre : **pour être populaire et positive, la transition a besoin de communication durable et responsable.**