

SOMMAIRE

MESSAGE DU PRÉSIDENT	3
MESSAGE DES CO-DIRECTEURS GÉNÉRAUX	4
L'ACTIVITÉ DU GROUPE	7
Les chiffres clés	8
L'année 2004	10
L'univers de la communication extérieure	11
Un métier, trois activités	16
Les annonceurs	29
Le développement durable	32
Recherche et développement	38
LES ÉTATS FINANCIERS	39
Commentaires sur les comptes consolidés	40
Comptes consolidés et annexe	52
Commentaires sur le passage aux normes IFRS et impacts chiffrés	80
Commentaires sur les comptes sociaux	93
Comptes sociaux et annexe	94
INFORMATIONS JURIDIQUES	111
Gouvernement d'entreprise et contrôle interne	112
Actionnariat et Bourse	127
Capital	131
Autres informations juridiques	137
ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 11 MAI 2005	149
Ordre du jour	150
Exposé des motifs des résolutions	151
Projet des résolutions	153
Rapports des Commissaires aux Comptes	166
RESPONSABLE DU DOCUMENT ET RESPONSABLES DU CONTRÔLE DES COMPTES	173
Responsable du document et responsables du contrôle des comptes	174
Honoraires des Commissaires aux Comptes	175
Avis des Commissaires aux Comptes sur le Document de Référence	176
TABLE DE CONCORDANCE	178

MESSAGE DU PRÉSIDENT

Madame, Monsieur, chers actionnaires,

En remportant en 2004 les villes de Lyon⁽¹⁾ et de Yokohama⁽¹⁾, le groupe JCDecaux donne à cette année anniversaire un relief particulier. Lyon est la ville historique dans laquelle j'ai installé, il y a maintenant 40 ans, les premiers abribus d'une toute jeune société de communication extérieure. Avec Yokohama, deuxième ville du deuxième marché mondial de la publicité, le Groupe ouvre une nouvelle page de son histoire.

JCDecaux est aujourd'hui le premier groupe de communication extérieure en Europe, et le deuxième au monde. Chaque jour, dans 45 pays, des dizaines de millions de citoyens côtoient nos mobiliers et utilisent les différents services que nous mettons à leur disposition. Cette présence mondiale est le résultat du travail que tous les collaborateurs ont mené depuis 1964.

40 ans est un bel âge. C'est l'âge de la maturité et des projets. Ceux du Groupe sont clairs : d'une part, accroître notre exigence d'excellence pour le plus grand bénéfice des villes, des compagnies de transport, des aéroports, des annonceurs et du grand public, d'autre part, accentuer l'avance que JCDecaux a toujours eue en termes d'innovation en investissant de façon significative dans le développement de nouvelles technologies. C'est ainsi que je mets beaucoup d'espoir dans la large diffusion du vélo "nouvelle génération" qui me semble être l'une des solutions à privilégier pour résoudre les problèmes de circulation et de pollution que connaît la plupart des centres-villes.

C'est à cette recherche des produits qui faciliteront la vie de chacun demain que, chaque jour, le Groupe s'emploie. Passionnément.

Je vous remercie de votre confiance,

Jean-Claude Decaux
Fondateur
Président du Conseil de Surveillance

(1) Lyon et Yokohama sont jumelées depuis 45 ans.

MESSAGE DES CO-DIRECTEURS GÉNÉRAUX

Quelles sont les principales caractéristiques de l'année 2004 pour JCDecaux ?

Jean-Charles Decaux : Le Groupe a connu une année exceptionnelle en termes d'activité commerciale. Avec un chiffre d'affaires consolidé 2004 qui s'élève à 1 631,4 millions d'euros, en progression de 5,7 % par rapport à l'année 2003, la croissance s'est accélérée et dépasse les estimations que nous avons communiquées au marché. Le résultat net part du Groupe atteint 78,1 millions d'euros (+ 91,0 % / 2003) et le cash flow disponible 194,2 millions d'euros (+ 2,5 % / 2003). La pertinence de cette stratégie s'est d'ailleurs illustrée tout récemment avec le gain du contrat exclusif des aéroports de Shanghai. Ce contrat, signé dans le cadre d'une joint-venture, est établi pour quinze ans, durée exceptionnelle en Chine. 2004 marque également notre entrée sur le marché japonais avec l'installation de 500 abribus publicitaires à Yokohama. Notre arrivée sur le deuxième marché publicitaire mondial est un véritable succès et une belle récompense pour les efforts déployés par nos équipes.

L'internationalisation semble donc être le fait marquant de 2004 ?

Jean-François Decaux : 2004 a aussi été une année cruciale aux États-Unis, car il s'agissait de la première année complète d'exploitation des espaces installés à Chicago. Les zones géographiques affichant les meilleures progressions de résultats d'exploitation sont les États-Unis, l'Asie et le Royaume-Uni. L'Europe consolide sa place essentielle pour notre activité. En France, le Groupe a connu une série de victoires : Saint-Étienne, Grenoble et Lyon, bien sûr, à laquelle nous attachons une valeur particulière. Par ailleurs, la reprise des investissements publicitaires a permis de réaliser de bons résultats, notamment au Portugal et en Belgique.

Gains d'appels d'offres majeurs et bons résultats financiers...

Y a-t-il une méthode JCDecaux ?

Jean-Charles Decaux : Notre méthode, c'est d'être à l'écoute de nos clients et de rester au plus près du marché et de ses attentes. Avec un consommateur de plus en plus difficile à saisir – multiplication des chaînes de télévision, nouveaux lieux et types de consommation... – la communication extérieure est devenue le média optimal pour toucher un public à la fois vaste et nomade. Les outils de mesure d'audience développés en 2004 par JCDecaux nous permettent de qualifier très précisément ce public afin de cibler chaque catégorie spécifique : les familles, les cadres, etc. Cette meilleure segmentation constitue un avantage décisif.

Jean-François Decaux : Par ailleurs, JCDecaux a su bâtir depuis 40 ans une relation de confiance avec les collectivités locales et les annonceurs grâce à la qualité de ses services, qui ne s'est jamais démentie. Nous avons le devoir d'être à la hauteur de notre réputation d'excellence, si ce n'est de faire toujours mieux. En termes d'innovation par exemple, nous menons la course en tête avec des produits comme Aéo^{®(1)} ou les bornes interactives. En proposant des vélos en libre accès à Lyon, JCDecaux a, de fait, inventé un nouveau concept. Je suis prêt à faire le pari que, à l'image du mobilier urbain, notre "Cyclocity[®]" va se généraliser partout dans le monde. Le gain de l'appel d'offres de Lyon fait suite au succès de Vienne (Autriche), premier programme de grande importance avec 900 vélos mis à disposition.

Avez-vous eu des satisfactions particulières cette année ?

Jean-François Decaux : Notre plus grande satisfaction est sans doute l'exceptionnel parcours boursier du titre JCDecaux, qui a connu une progression de 65,7 % en 2004. C'est l'une des meilleures de l'année et la deuxième de l'indice DJ Stoxx Media. Le titre affiche une croissance positive de 30,2 % depuis notre introduction en Bourse en juin 2001, alors que le CAC 40 a perdu 25,6 % sur la même période. Beaucoup de nos actionnaires sont restés fidèles dans les moments difficiles. Ils nous ont fait confiance et sont aujourd'hui récompensés.

Jean-Charles Decaux : Pour compléter les propos de Jean-François, je voudrais souligner que nos bons résultats sont le fruit d'une discipline financière rigoureuse et de l'engagement des équipes qui se sont beaucoup investies ces dernières années pour atteindre ce niveau de performance.

(1) Cf p. 26.

3 axes stratégiques :

- > Accroître l'activité de JCDecaux dans les pays où le Groupe est présent et favoriser son développement dans les pays émergents à forte croissance.
- > Placer l'innovation au cœur de tous les projets, pour que JCDecaux reste un acteur incontournable de la ville de demain.
- > Favoriser les synergies entre les équipes pour que JCDecaux demeure l'entreprise leader sur le marché de la communication extérieure.

L'ACTIVITÉ DU GROUPE

Les chiffres clés **8**

L'année 2004 **10**

Évolution du portefeuille de contrats	10
Partenariats et acquisitions	10

L'univers de la communication extérieure **11**

Segmentation de la communication extérieure	11
La communication extérieure : un média de plus en plus attractif	11
Paysage concurrentiel	14

Un métier, trois activités **16**

La stratégie du Groupe	16
Le Mobilier Urbain	17
L'Affichage grand format	22
La Publicité dans les transports	24

Les annonceurs **29**

Les principaux annonceurs	29
Les contrats d'achat d'espace	30
JCDecaux One Stop Shop au service des annonceurs internationaux	31

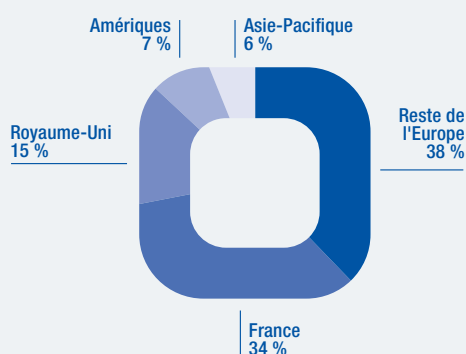
Le développement durable **32**

Ressources humaines	32
Relations avec les clients et les fournisseurs	34
Relations avec la société civile	35
Environnement	35

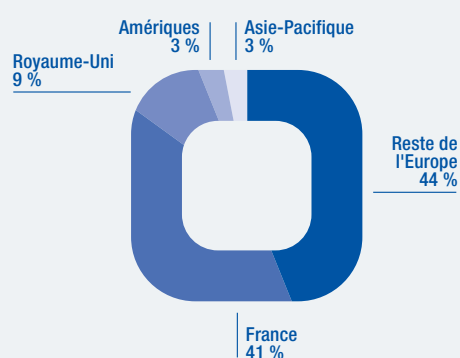
Recherche et développement **38**

LES CHIFFRES CLÉS

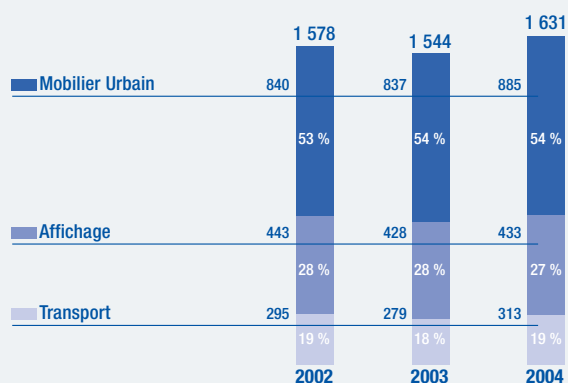
CHIFFRE D'AFFAIRES 2004 PAR ZONE



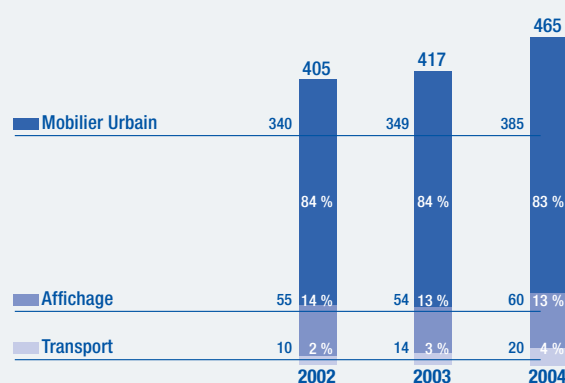
EBITDA 2004 PAR ZONE



CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ACTIVITÉ
(en millions d'euros, part de l'activité en %)



EBITDA ⁽¹⁾ PAR ACTIVITÉ
(en millions d'euros, part de l'activité en %)



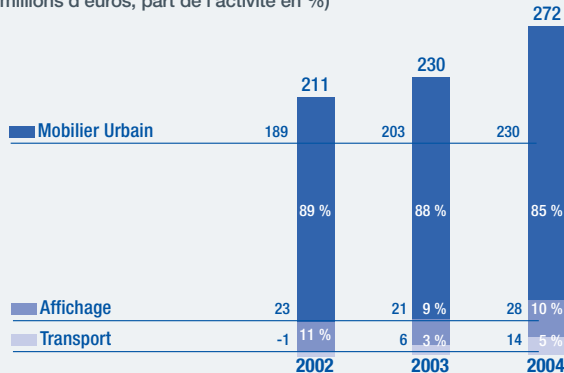
En 2004, le chiffre d'affaires du Groupe a progressé de 5,7 % et ressort à 1 631,4 millions d'euros. À périmètre et taux de change constants, la croissance est de +6,2 %. Le chiffre d'affaires du Mobilier Urbain s'établit à 885,0 millions d'euros, en hausse de 5,7 %. À périmètre et taux de change constants, la croissance est de +5,3 %. Le chiffre d'affaires de l'Affichage a progressé de +1,4 % et s'établit à 433,6 millions d'euros. À périmètre et taux de change constants, la croissance est de +4,4 %. Le chiffre d'affaires du Transport a progressé de +12,0 % et s'établit à 312,8 millions d'euros. À périmètre et taux de change constants, la croissance est de +11,5 %.

L'EBITDA a augmenté de 11,6 % et ressort à 465,2 millions d'euros en 2004. La marge d'EBITDA a atteint 28,5 % du chiffre d'affaires consolidé, soit la marge la plus élevée des groupes internationaux de communication extérieure. Cette progression résulte à la fois de la croissance interne du chiffre d'affaires, conjuguée à une forte maîtrise des coûts d'exploitation sur tous les marchés du Groupe en Europe, et de la poursuite de la montée en puissance des États-Unis et de la zone Asie-Pacifique.

(1) EBITDA : résultat d'exploitation avant dotations aux amortissements et provisions d'exploitation nettes des reprises.

RÉSULTAT D'EXPLOITATION PAR ACTIVITÉ

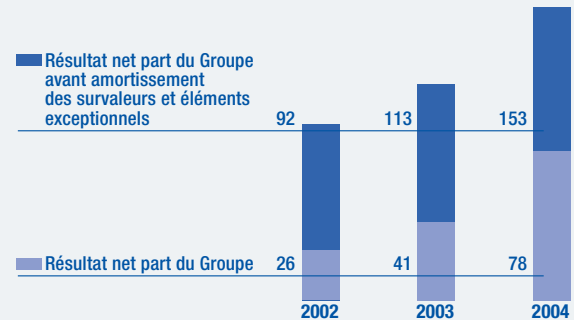
(en millions d'euros, part de l'activité en %)



Le résultat d'exploitation s'est élevé à 271,6 millions d'euros en 2004, en hausse de 18,0 % par rapport à 2003. Cette amélioration résulte de la hausse de l'EBITDA, partiellement compensée par l'augmentation des charges d'amortissement et provisions. La marge d'exploitation a atteint 16,7 % du chiffre d'affaires consolidé en 2004.

RÉSULTAT NET PART DU GROUPE

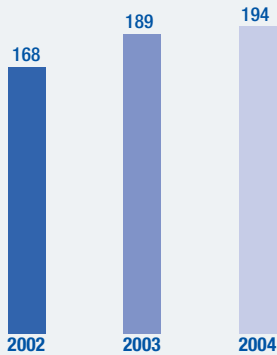
(en millions d'euros)



Le résultat net part du Groupe a augmenté de 91,0 % et s'est élevé à 78,1 millions d'euros. Cette forte performance est due principalement à la hausse du résultat d'exploitation, conjuguée à une baisse des charges financières en 2004. Le résultat net part du Groupe, hors amortissement des survaleurs et éléments exceptionnels, a augmenté de 35,3 % et a atteint 152,9 millions d'euros en 2004.

CASH FLOW DISPONIBLE (2)

(en millions d'euros)

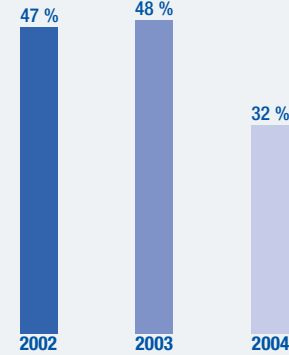


Le cash flow disponible a progressé de 2,5 % et a atteint 194,2 millions d'euros en 2004.

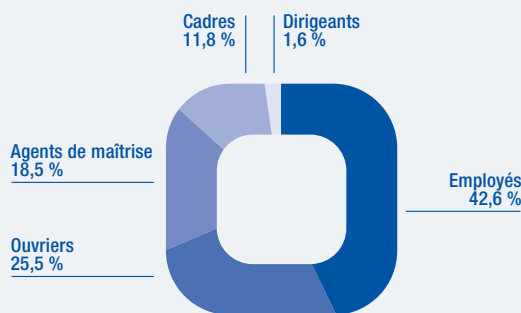
Le Groupe générant des cash flows élevés, au 31 décembre 2004, la dette nette s'élevait à 457,5 millions d'euros. Le Groupe est noté "Baa2" par Moody's et "BBB" par Standard and Poor's.

(2) Capacité d'autofinancement, impactée de la variation du besoin en fonds de roulement, et diminuée des acquisitions, nettes des cessions, des immobilisations corporelles et incorporelles.

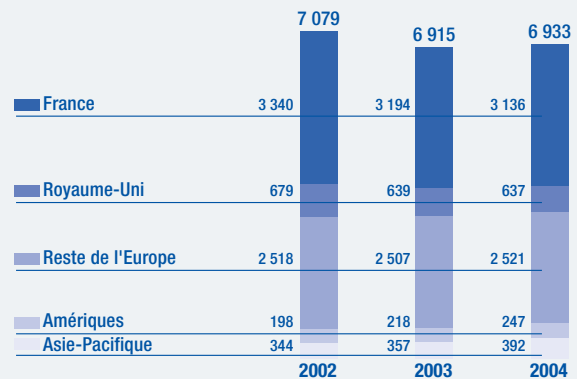
RATIO ENDETTEMENT/FONDS PROPRES



EFFECTIF 2004 PAR CATÉGORIE



ÉVOLUTION DE L'EFFECTIF PAR ZONE



L'ANNÉE 2004

En 2004, JCDecaux a poursuivi sa stratégie de développement par croissance interne et a renforcé sa position de numéro un mondial du Mobilier Urbain et de la publicité dans les aéroports. L'année 2004 a également marqué une étape majeure dans le développement du Groupe en Asie-Pacifique avec la signature du premier contrat exclusif d'abribus publicitaires au Japon et le gain du contrat destiné à gérer les espaces publicitaires des aéroports de Shanghai, en partenariat avec ces derniers. JCDecaux a par ailleurs poursuivi sa stratégie de croissance externe en renforçant sa présence dans les pays Baltes.

1. ÉVOLUTION DU PORTEFEUILLE DE CONTRATS

Europe

- En France, JCDecaux a été choisi par la Commission d'appels d'offres du Grand Lyon pour le renouvellement du contrat de mobilier urbain. D'une durée de 13 ans, ce contrat porte sur la fourniture, l'installation et l'entretien de 2 200 abribus, de 600 Mobiliers Urbains Pour l'Information (MUPI®) et de 2 000, 3 000 ou 4 000 vélos. Ce contrat est le plus important jamais attribué en France.

Le Groupe a également renouvelé le contrat de mobilier urbain de la ville de Saint-Étienne. D'une durée de 12 ans, ce contrat prévoit l'installation, la mise à disposition et l'exploitation de 200 abribus, de 120 MUPI® et de 40 Seniors® (8 m²).

JCDecaux a par ailleurs renouvelé le contrat des abribus de l'agglomération grenobloise. D'une durée de 15 ans, ce contrat porte sur l'installation, la mise à disposition et l'exploitation de 1 008 abribus.

Enfin, le Groupe n'a pas remporté l'appel d'offres portant sur l'installation des abribus pour la Communauté Urbaine de Bordeaux mais reste en mesure de proposer l'agglomération bordelaise dans son offre commerciale Mobilier Urbain, notamment à travers ses positions sur la ville de Bordeaux et son offre MUPI® et Seniors®.

- En Espagne, JCDecaux devient n° 1 de la publicité dans les aéroports. Le Groupe a en effet renouvelé, pour une durée de 6 ans, le contrat publicitaire de dix-huit aéroports dont Barcelone, Alicante, Malaga, Valence et Séville, et a remporté le contrat des quatre aéroports des Iles Baléares (dont Palma de Majorque). Ces vingt-deux aéroports représentent 79 millions de passagers annuels, soit 52 % du marché espagnol total.
- En Italie, IGPDecaux a regagné⁽¹⁾ le contrat de mobilier urbain publicitaire de la ville de Turin, quatrième ville d'Italie avec plus d'un million d'habitants, en partenariat avec AVIP, principal opérateur turinois de publicité extérieure. D'une durée de 20 ans, ce contrat porte sur le design, l'installation et l'entretien de 1 200 mobiliers urbains (1 100 faces publicitaires).

- En Slovénie, Proreklam-Europlakat, filiale d'Europlakat International (société détenue à 50 % par le groupe JCDecaux à travers sa filiale autrichienne Gewista) et d'Ankündler Graz, a remporté l'appel d'offres pour les abribus de la ville de Ljubljana, capitale de la Slovénie (300 000 habitants). Ce contrat, d'une durée de 15 ans, porte sur l'installation de 450 abribus (900 faces publicitaires).

Asie-Pacifique

- Au Japon, MCDecaux, société commune de JCDecaux SA et Mitsubishi Corporation, a remporté, à la suite d'un appel d'offres, le premier contrat exclusif d'abribus publicitaires à Yokohama. D'une durée de 20 ans, ce contrat porte sur 500 abribus (1 000 faces publicitaires). Yokohama, proche de Tokyo, est la deuxième ville du Japon avec 3,55 millions d'habitants. Deuxième marché publicitaire mondial, le marché japonais s'élève à environ 30 milliards de dollars, dont 12 % sont consacrés à la publicité extérieure.
- En Chine, JCDecaux Pearl & Dean (filiale à 100 % de JCDecaux située à Hong Kong) a signé, en partenariat avec les aéroports de Shanghai (SIA/SAA) et la société de média Momentum, un contrat destiné à gérer les espaces publicitaires intérieurs et extérieurs des deux aéroports de Shanghai : Shanghai Hongqiao Airport et Pudong International Airport. D'une durée de quinze ans (2005-2019), ce contrat exclusif avec les aéroports de Shanghai représente un chiffre d'affaires estimé de 490 millions d'euros. La joint-venture portant ce contrat, créée en 2005, est détenue à 35 % par JCDecaux, à 50 % par SIA/SAA, et à 15 % par Momentum.

2. PARTENARIATS ET ACQUISITIONS

- En janvier 2004, JCDecaux a acheté, via la société JCDecaux GmbH (anciennement Klett Decaux GmbH), 100 % des titres de la société allemande WFA Wartehallen Finanz AG qui détient le contrat des abribus de Stuttgart.
- En mars 2004, JCDecaux a augmenté sa participation de 50 % à 75 % dans Univier Communications BV, société néerlandaise contrôlant plusieurs sociétés leaders de la communication extérieure dans les pays Baltes. Les 25 % restants sont détenus par Univier Communications NV.
- En septembre 2004, JCDecaux et NBC Universal créent une société commune, NBCDecaux, afin de répondre à l'appel d'offres pour le mobilier urbain de la ville de New York. NBCDecaux est détenue à 70 % par JCDecaux North America, filiale du groupe JCDecaux, et à 30 % par NBC Universal.

(1) En effet, JCDecaux avait gagné une première fois cet appel d'offres en février 2001 qui avait, par la suite, été annulé pour vice de forme par le Tribunal Administratif Régional du Piémont.

L'UNIVERS DE LA COMMUNICATION EXTÉRIEURE

Le Groupe ne dispose pas d'autant de données statistiques fiables et comparables relatives à la communication extérieure qu'il n'en existe pour les autres segments du marché publicitaire. Par conséquent, afin de fournir les données les plus précises possibles, le Groupe a eu recours à diverses sources. Lorsque ces sources donnaient des informations contradictoires, il s'est efforcé de les harmoniser à la lumière de sa connaissance du marché.

1. SEGMENTATION DE LA COMMUNICATION EXTÉRIEURE

1.1 Trois activités principales

La communication extérieure comprend trois activités principales : l'Affichage grand format ("Affichage"), la publicité sur et dans les moyens de transport et dans les gares ("Transport"), et la publicité sur du mobilier urbain ("Mobilier Urbain"). L'affichage est la forme la plus traditionnelle et la plus répandue de la communication extérieure. La publicité dans les transports comprend la publicité sur ou dans les bus et les métros, les stations de bus ou de métro, les gares, les aéroports et les terminaux de transit.

La commercialisation d'espaces publicitaires sur du mobilier urbain (abribus, MUP[®], supports publicitaires grand format (Senior[®] 8 m²), et colonnes multiservices) est la forme la plus récente de la communication extérieure, et c'est aussi le segment de marché qui connaît la plus forte croissance. Les autres formes de communication extérieure, telles que la publicité sur les chariots de supermarché ou dans les stations-services, sont regroupées dans la catégorie "médias ambiants".

À la lumière de sa connaissance du marché, le Groupe estime qu'en 2004 l'activité Affichage a représenté plus de 50 % des investissements en communication extérieure à travers le monde, l'activité Publicité dans les transports environ 26 %, le Mobilier Urbain environ 18 % et les médias ambiants environ 6 % (source : JCDecaux).

1.2 La place de la communication extérieure dans le marché publicitaire

En 2004, les investissements publicitaires réalisés en communication extérieure se sont élevés à environ 17 milliards d'euros, soit 5,2 % des investissements publicitaires mondiaux, évalués à 323 milliards d'euros (source : estimations ZenithOptimedia, décembre 2004, sur la base d'un taux de change annuel moyen de 0,89 euro par dollar américain en 2003).

C'est en Asie-Pacifique que les investissements publicitaires réalisés dans la communication extérieure, exprimés en pourcentage du marché publicitaire total, sont les plus élevés. Ainsi, en 2004, la communication extérieure a représenté 8 % du marché publicitaire dans cette région, alors qu'elle a représenté 3 %, 7 % et 3 % de ce marché, respectivement, en Amérique du Nord, en Europe et en Amérique du Sud, zone pour laquelle ZenithOptimedia constate une reprise significative des investissements.

2. LA COMMUNICATION EXTÉRIEURE : UN MÉDIA DE PLUS EN PLUS ATTRACTIF

2.1 Une audience en forte croissance

L'audience de la communication extérieure a considérablement augmenté ces cinq dernières années car les populations passent de plus en plus de temps en dehors de chez elles, que ce soit dans les trajets en automobile, dans la rue, les trains, les gares ou les aéroports. Les supports de communication extérieure se sont développés rapidement dans les centres commerciaux, les supermarchés, les pubs, les boîtes de nuit ou encore sur les parkings.

Dans une série d'études publiées par le Ministère des Transports aux États-Unis, il ressort que le temps passé par les automobilistes américains pour se rendre de leur domicile à leur lieu de travail a augmenté de 14 % en moyenne sur les dix dernières années. Le nombre de kilomètres parcourus et le nombre de trajets effectués en voiture ont également augmenté de 50 % sur cette période. La durée des trajets a augmenté et les Américains passent en moyenne une heure par jour en voiture (source : US DOT/National Household Travel Survey/CTPP 2001).

Dans de nombreux pays, le nombre moyen de véhicules pour 1 000 habitants augmente régulièrement, ce qui se traduit par une croissance constante de la circulation automobile. Ainsi, en France, plus de 60 % des actifs quittent chaque jour leur commune pour se rendre à leur travail, soit 15 % de plus qu'il y a 10 ans et 30 % de plus qu'il y a 20 ans (source : recensements Insee 1999, 1990, 1982). Dans l'Union européenne, le nombre moyen de véhicules pour 1 000 habitants a augmenté de 25 % entre 1990 et 2003, l'Espagne et l'Italie ayant connu la plus forte augmentation avec une croissance de 39 % et 29 % respectivement sur cette période (source : Comité des Constructeurs Français d'Automobiles). En Corée du Sud, où JCDecaux détient un contrat de mobilier urbain dans la capitale, Séoul, la croissance était de 314 % sur cette période. Au Brésil et au Japon, la croissance s'est élevée, respectivement, à 36 % et 27 % sur cette période. Ces régions devraient donc constituer des relais de croissance importants pour la communication extérieure dans les années à venir.

Selon IATA (International Air Travel Association), l'année 2004 a marqué le plus fort retour à la croissance du trafic aérien depuis 1991 et la reprise qui avait suivi la première guerre du Golf. Les événements tragiques du 11 septembre 2001 aux États-Unis, la guerre en Irak et l'épidémie de pneumopathie atypique sont désormais derrière nous : IATA a annoncé pour l'année 2004 un taux de croissance du trafic aérien de 15 % sur les vols internationaux (communiqué de janvier 2005) et de 6 % sur les vols domestiques (IATA Passenger Forecast 2004-2008, novembre 2004). IATA prévoit pour les quatre années à venir (2005-2008) une croissance annuelle du trafic aérien de 6 % en moyenne. Cette croissance devrait être soutenue par les bonnes perspectives économiques mondiales, la reprise du trafic aérien en Asie, l'extension de l'Union européenne et la poursuite de la dérégulation du ciel aérien, cette dernière devant rendre l'avion encore plus accessible pour tous (baisse des tarifs).

Les statistiques ACI Europe relatives au trafic des passagers montrent également une augmentation générale du trafic aérien pour les aéroports membres de cette organisation en décembre 2004, par rapport à décembre 2003. Ainsi, les aéroports de Prague (+ 26,9 %), Cologne/Bonn (+ 15,4 %), Palma de Majorque (+ 15,0 %), Manchester (+ 10,8 %), Dublin (+ 9,9 %), Londres Gatwick (+ 7,9 %), Madrid Barajas (+ 5,1 %), et Amsterdam (+ 3,9 %) ont tous enregistré une croissance significative de leur trafic aérien passager en décembre 2004 (source : *ACI Europe Airport Traffic Report - décembre 2004*).

2.2 Une fragmentation croissante des grands médias traditionnels

Comme le montrent de nombreuses études, la communication extérieure continue de bénéficier de la fragmentation croissante de l'offre des médias présents "à la maison" qui, du fait de la multiplication des chaînes de télévision par voie hertzienne, câble ou satellite et des sites Internet, se disputent l'attention du public.

Aux États-Unis, la montée en puissance du média Internet menace l'efficacité de la publicité à la télévision. Une étude en cours du centre de recherche sur la communication de l'université de Californie du Sud Annenberg (*USC Annenberg Center for the Digital Future*, "The Digital Future Report") montre que les consommateurs passent de plus en plus de temps à surfer sur les sites Internet au lieu de regarder la télévision. L'étude montre que le nombre d'heures passées sur Internet n'a cessé d'augmenter depuis 2000. Alors que l'internaute moyen passait 9,4 heures par semaine sur Internet en 2000, il y passait 12,5 heures en 2003. Cette étude montre également que les internautes passent 4,6 heures de moins par semaine devant la télévision que les non-internautes (soit 28 % de temps en moins). La montée en puissance de l'Internet à haut débit, dont disposent aujourd'hui 53,6 % des internautes américains (source : "The Bandwidth Report", *décembre 2004*), a également un impact significatif sur les habitudes de consommation des médias aux États-Unis. L'étude USC montre ainsi que les internautes qui ne disposent pas de connexion à haut débit ont tendance à se connecter à Internet pour des périodes relativement longues de 30 minutes, alors que les internautes qui disposent d'une connexion à haut débit ont tendance à se connecter pour de très courtes périodes qui coïncident avec les coupures publicitaires à la télévision.

En mai 2004, Wanadoo, le plus gros fournisseur d'accès Internet au Royaume-Uni, a lancé une étude similaire. Elle indiquait également que l'usage croissant d'Internet entraînait une diminution du temps consacré à la télévision. L'étude montrait que les connectés à haut débit passaient beaucoup moins de temps à regarder la télévision que les connectés à bas débit. Le phénomène devrait s'accélérer dans les années à venir dans la mesure où l'Europe et les États-Unis rattrapent aujourd'hui leur retard sur l'Asie en matière de connexion à haut débit. En Europe de l'Ouest, l'Internet à haut débit s'est considérablement développé chez les particuliers au cours des deux dernières années. Selon le rapport de recherche Forrester "Internet haut débit chez les particuliers en Europe : prévision 2004 - 2010",

la pénétration de l'Internet à haut débit dans les foyers européens devrait atteindre 41 % en 2010 (72 millions de foyers), soit 67 % de l'ensemble des foyers connectés.

La pénétration croissante de l'Internet haut débit pénalise l'efficacité de la télévision et remet en cause son positionnement de média de masse. Cette évolution semble aujourd'hui s'accélérer et constitue une véritable opportunité de croissance pour la communication extérieure.

Suite à l'étude réalisée par la BBC sur la consommation des médias, à laquelle JCDecaux avait participé en 2003, le Groupe a décidé de sponsoriser un projet de recherche similaire, "Touchpoints", conduit par l' "Institute of Practitioners in Advertising" (IPA) et auquel ont participé dix acteurs de la publicité dont JCDecaux. Cette nouvelle recherche a pour objectif de rapprocher les différents organismes de recherche média britanniques (Postar pour la communication extérieure) autour d'une étude visant à mesurer les habitudes de consommation des médias d'une population représentative tout au long d'une journée. Il a été demandé à une population sélectionnée de remplir un questionnaire détaillé sur ses modes de vie et ses habitudes de consommation médias et d'enregistrer sur un agenda électronique ses déplacements et ses expositions à la publicité par tranche de trente minutes sur une semaine. Une fois ces données recueillies, elles seront analysées et permettront d'obtenir une vision transversale et exhaustive des habitudes de consommation des médias.

"Touchpoints" est vraisemblablement la seule étude au monde ayant réussi à regrouper et exploiter conjointement toutes les recherches médias existantes. Ce système fournira un outil de planification médias unique et JCDecaux s'est positionné de façon proactive afin que la communication extérieure fasse partie intégrante de cette étude, convaincu qu'elle impactera positivement l'usage que les annonceurs font de la communication extérieure.

2.3 Une offre de plus en plus attractive

La capacité d'innovation du Groupe permet de proposer aux annonceurs des supports de communication toujours plus attractifs, ce qui soutient la croissance du média. Outre les innovations technologiques et qualitatives récentes telles que l'affichage déroulant créé par JCDecaux, le télépilote des mobiliers ou les écrans plasma, le Groupe a récemment développé, principalement au Royaume-Uni, la gamme de produits "Innovate". Ces produits contribuent à rendre le média plus interactif et plus attractif. De nombreux annonceurs portent en effet un intérêt majeur à l'interactivité car elle permet aux consommateurs de tester une marque et de recevoir plus de messages que dans le cadre d'une campagne traditionnelle.

Parmi les nombreux produits "Innovate" développés par le Groupe, citons "Interact" qui permet au consommateur de sélectionner l'information désirée directement sur le support publicitaire, "Showscreen" qui consiste à introduire un écran de télévision interactif dans un panneau publicitaire rendant possible la transmission

de plusieurs messages au consommateur, ou encore, plus récemment, "Opinionator" qui permet au passant de voter ou de participer à des sondages par l'intermédiaire du support. Ce produit a été utilisé en 2004 pour le lancement du film "Alien Versus Predator" et a enregistré plus de 64 000 contacts sur un seul emplacement.

Parallèlement, en 2004, le Groupe a collaboré avec la société Hypertag, fournisseur d'un procédé permettant au consommateur de recevoir sur son téléphone portable des informations émises par un transmetteur installé sur le panneau d'affichage.

JCDecaux est également précurseur en matière d'images animées, permettant aux annonceurs de multiplier l'impact des visuels publicitaires adressés au consommateur et de faciliter la pénétration du message. Grâce à un procédé lenticulaire innovant, le Groupe peut dorénavant proposer aux annonceurs, à un coût réduit, un produit interactif permettant l'apparition d'images différentes sur un même support en fonction de l'angle de vision de l'affiche. Ce principe multiplie ainsi les contacts visuels et facilite la pénétration du message.

Toutes ces innovations produites, auxquelles peuvent venir se greffer l'usage du son, de lumières en mouvement, ou d'éclairage ultra-violet ont fait évoluer l'image de la communication extérieure pour les annonceurs, contribuant ainsi au développement de ce média.

2.4 Un coût par contact très compétitif

En dépit d'un environnement extrêmement concurrentiel, dû à la baisse continue des tarifs publicitaires pratiqués par la télévision et par la presse, la communication extérieure continue d'offrir un coût par contact significativement inférieur à celui des autres médias.

Pour un investissement publicitaire de 1 000 euros réalisé au Royaume-Uni en 2004, la communication extérieure permettait de toucher 502 756 contacts, contre 461 270 en 2003 (*source : Outdoor Advertising Association/Postar*), la radio 261 047 contacts, contre 283 568 en 2003, (*source : Initiative Media*), la télévision hertzienne 114 263 contacts, contre 118 680 en 2003 (*source : Initiative Media*), et les quotidiens 52 411 contacts, contre 56 252 en 2003 (*source : National Readership Survey/Initiative Media*). La fragmentation croissante de tous les médias autres que la communication extérieure a engendré une diminution du nombre de contacts touchés en 2004 par rapport à 2003.

2.5 Fiabilité et amélioration de la mesure d'audience

Dans l'univers des médias, les plus matures disposent d'outils de mesure qui permettent aux acheteurs d'espace publicitaire de planifier leurs campagnes efficacement. Traditionnellement, la communication extérieure ne disposait pas, comme les autres grands médias, d'une mesure d'audience fiable. Depuis plusieurs années, JCDecaux, par l'intermédiaire de sa filiale JCDecaux WorldLink, est pionnier dans le développement de la mesure d'audience de la communication extérieure. En 2004, le Groupe a réalisé un certain nombre d'avancées significatives qui contribueront à renforcer l'attrait de ce média pour les annonceurs.

JCDecaux a largement contribué à développer une méthodologie cohérente pour la mesure d'audience de la communication extérieure en Europe, aux États-Unis et en Asie-Pacifique. Fort de sa notoriété, le Groupe a instauré une méthodologie de référence ou "meilleure pratique" de la mesure d'audience en concertation avec les autres acteurs clés de la communication extérieure. Grâce à cette méthodologie qui est peu à peu mise en œuvre avec succès dans les différentes régions du monde, la communication extérieure devrait disposer progressivement d'un niveau de couverture et d'une fréquence de mesure de l'audience comparables à ceux des autres principaux médias et également comparables d'un domaine du marché à un autre. Ainsi, les annonceurs pourront avoir une stratégie globale d'achat d'espace publicitaire d'un média à l'autre, ce qui devrait renforcer l'efficacité de la communication extérieure et en faciliter l'utilisation. Cette méthodologie de référence a déjà été adoptée au Royaume-Uni, en Suède, en Irlande et en Finlande. Au Royaume-Uni, où cette méthodologie a atteint un stade plus avancé que dans d'autres pays, le groupe JCDecaux estime que les systèmes de mesure d'audience lui permettent d'augmenter ses prix à la face, en raison des audiences élevées constatées pour les panneaux de qualité supérieure.

En France, marché clé du Groupe, l'activité Mobilier Urbain a pris la décision de rejoindre l'Affimétrie®, principal organisme de mesure d'audience qui, auparavant, ne mesurait que l'audience de l'activité Affichage. Ainsi, une mesure d'audience complète de la communication extérieure sera prochainement disponible pour les annonceurs en France, premier marché de la communication extérieure en Europe. Les résultats de cette étude pour le Mobilier Urbain sont attendus cette année et d'autres développements devraient voir le jour en 2005 pour que la méthodologie utilisée par l'Affimétrie® puisse intégrer dans la mesure d'audience l'ensemble du territoire et la variété des différents supports. Le Groupe estime que ces développements continueront à soutenir la confiance des annonceurs dans le média Affichage en France, qui bénéficie déjà d'une des positions concurrentielles les plus fortes en Europe.

Toujours dans le cadre du développement de son expertise à destination du marché publicitaire, JCDecaux Airport France travaille depuis deux ans, en partenariat avec le groupe Ipsos, sur une étude d'audience in situ et "single source". Média Aéroport Performances (MAP) vise avant tout à mieux connaître l'audience du média, grâce à la fourniture de données quantitatives précises sur l'audience aéroport.

Cette étude permet également, grâce au développement d'un logiciel de média planning adapté, de mesurer les performances du média par le biais des indicateurs couramment utilisés par le marché publicitaire : mesure de la couverture, du nombre de contacts, du GRP (Gross Rating Point), du coût pour mille individus touchés, etc., et ce, par face ou par réseau. Ceci constitue une innovation majeure pour la communication extérieure qui peut désormais évaluer son impact sur l'audience au même titre que les autres grands médias que sont la presse, la télévision ou la radio en France.

Suite aux travaux réalisés par le Groupe au Danemark, les acteurs de la communication extérieure aux États-Unis, en Italie et en Suisse ont développé un système de mesure d'audience qu'ils ont cherché à améliorer en analysant les déplacements des échantillons représentatifs de la population grâce à un outil GPS. Le recueil de ces données par GPS pourrait apporter une amélioration méthodologique significative. En effet, précédemment, l'analyse des déplacements se fondait sur le souvenir qu'en avaient les personnes composant l'échantillon d'étude.

En Allemagne, premier marché publicitaire d'Europe, il a également été décidé d'utiliser cet outil. Cette avancée méthodologique a été testée tout au long de l'année 2004. Pour effectuer ces travaux, les équipes de recherche allemandes se sont appuyées sur les travaux déjà réalisés par l'organisme de recherche *Swiss Poster Research* (SPR), qui bénéficie du soutien actif du groupe Affichage Holding, leader de la communication extérieure en Suisse. En effet, le SPR a développé un outil de recueil des données par GPS et un logiciel d'analyse de ces données particulièrement sophistiqués, qui permettent de cartographier les déplacements des individus de manière précise et de les analyser au regard de l'emplacement des supports de communication extérieure.

Aux États-Unis, les acteurs de la communication extérieure ont adopté le principe de la méthodologie de mesure d'audience créée en Europe et le principal organisme de recherche américain, *Nielsen Media Research*, travaille à l'élaboration d'un système de mesure d'audience utilisant la technologie GPS. La société Nielsen a mis en place un comité de surveillance dont JCDecaux et les autres acteurs importants du marché sont membres. En 2004, Nielsen a mesuré de façon approfondie l'audience des supports de communication extérieure dans la ville de Chicago, étude dont les résultats sont en cours de revue avant publication. Pour la première fois aux États-Unis, les annonceurs pourront mesurer l'impact des différentes combinaisons de supports de communication extérieure par catégorie socioprofessionnelle, mesure de plus en plus courante en Europe. Il s'agit là d'une avancée majeure sur le marché américain, où la communication extérieure a longtemps souffert d'un manque de mesure fiable par rapport aux autres médias. Cette situation peut expliquer pourquoi les investissements publicitaires réalisés dans la communication extérieure aient été, longtemps, relativement faibles aux États-Unis par rapport à l'Europe.

Sur la plupart des marchés auxquels il a été fait référence ci-dessus, les systèmes de mesure d'audience, qui ne s'appliquaient auparavant qu'à l'activité affichage, ont été étendus à l'ensemble des activités de la communication extérieure, y compris à la publicité dans les transports et, plus récemment, aux supports publicitaires situés à proximité des points de vente. Cela devrait permettre aux annonceurs de mieux planifier leurs campagnes et d'acheter des réseaux de communication extérieure plus cohérents, et ainsi de renforcer l'attrait de ce média.

Enfin, sur de nombreux marchés, JCDecaux a investi de manière significative dans des études qui visent à évaluer l'efficacité des campagnes publicitaires réalisées dans la communication extérieure

et qui, lorsqu'elles sont réalisées sur de nombreuses campagnes, sont particulièrement pertinentes pour les annonceurs. En 2003, en Suède et aux Pays-Bas, ces études d'efficacité ont été enrichies grâce au recueil de données par Internet. Cela permet de mesurer l'efficacité d'un plus grand nombre de campagnes à un moindre coût et d'en communiquer plus rapidement les résultats aux annonceurs et aux agences d'achat d'espace.

3. PAYSAGE CONCURRENTIEL

3.1 Trois grands acteurs mondiaux

D'une manière générale, la communication extérieure est en concurrence avec les autres médias tels que la télévision, la radio, la presse quotidienne, hebdomadaire et mensuelle, les magazines, le cinéma et Internet pour obtenir les budgets publicitaires des annonceurs.

Au sein de la communication extérieure, plusieurs grands groupes exercent leurs activités sur les trois segments d'activité (Affichage, Mobilier Urbain, Transport) à l'échelle mondiale. Les principaux concurrents du Groupe à l'international sont Clear Channel et Viacom, via leurs filiales de communication extérieure respectives.

3.2 De nombreux concurrents locaux

En outre, le Groupe est également confronté à la concurrence d'acteurs locaux, notamment dans l'Affichage, dont les principaux sont indiqués ci-dessous :

- France : Metrobus (Publicité dans les transports).
- Royaume-Uni : Maiden (Affichage), Primesight (Affichage) et Van Wagner (Affichage).
- Belgique : Belgian Poster (Affichage) et Business Panel (Affichage).
- Allemagne : Ströer/DSM (Affichage et Mobilier Urbain), AWK (Affichage), Degesta (Mobilier Urbain) et DERG (Publicité dans les gares et Affichage grand format).
- Autriche : EPA (fusion d'Aussenwerbung/Ankündiger et de Heimatwerbung) (Affichage), Ankündiger Steiermark (Mobilier Urbain).
- Espagne : Cemusa (Mobilier Urbain).
- États-Unis : Lamar Advertising Company (Affichage), Interspace (Publicité dans les aéroports), Regency (Affichage), Adams Outdoor (Affichage grand format), Van Wagner (Affichage et cabines téléphoniques) et Tri-State/PNE Media (Affichage grand format).
- Canada : Pattison Outdoor (Mobilier Urbain, Affichage et Transport), Astral Media (Mobilier Urbain, Affichage).
- Australie : APN (Publicité dans les transports) agissant notamment pour le compte de Buspak (Publicité dans les transports) et Adshel (Mobilier Urbain), Cody & Australian Posters (Affichage) et Eye Corporation.
- Russie : News Outdoor (Mobilier Urbain, Affichage et Transport).

Dans les autres pays, le Groupe est également confronté à une concurrence locale importante, certains concurrents disposant d'une position de leader dans leurs activités.

3.3 Les principaux acteurs de la communication extérieure

Le tableau suivant indique les quinze premiers groupes de communication extérieure par ordre d'importance, sur la base du chiffre d'affaires 2004 :

Société	Nationalité	Chiffre d'affaires (en millions de \$)	Présence Géographique
Clear Channel Outdoor	États-Unis	2 447	États-Unis, Europe, Asie-Pacifique Amérique du Sud, Afrique
JCDecaux ⁽¹⁾	France	2 030	Europe, États-Unis, Asie-Pacifique, Amérique du Nord et du Sud
Viacom Outdoor	États-Unis	1 880	États-Unis, Mexique, Canada, Europe
Lamar	États-Unis	884	États-Unis, Canada
Ströer/DSM ⁽²⁾	Allemagne	500	Allemagne, Pologne
Affichage Holding	Suisse	242	Suisse
Metrobus	France	174	France
Maiden	Royaume-Uni	169	Royaume-Uni, Irlande
AWK ⁽²⁾	Allemagne	155	Allemagne
News Outdoor ⁽²⁾	Russie	150	Russie
Wall	Allemagne	102	Allemagne, Pays-Bas, Turquie, Russie, États-Unis
DERG ⁽²⁾	Allemagne	100	Allemagne
Van Wagner ⁽²⁾	États-Unis	100	États-Unis, Royaume-Uni
Pattison ⁽²⁾	Canada	80	Canada
Cemusa ⁽³⁾	Espagne	63	Espagne, Portugal, Mexique, Amérique du Sud

Source : Rapports de recherche, communiqués de presse, sites internet des sociétés, et estimations du groupe JCDecaux, sur la base d'un taux de change trimestriel moyen \$/€ de 0,8036 en 2004, et d'un taux de change annuel moyen \$/£ de 0,5456 et \$/CHF de 1,2410 en 2004.

(1) Ce montant ne comprend pas le chiffre d'affaires généré par Affichage Holding, société suisse dont JCDecaux est l'actionnaire principal avec une participation de 30 %, ni le chiffre d'affaires généré par Wall AG, une société allemande dans laquelle JCDecaux détient une participation de 35 %.

(2) Estimation JCDecaux.

(3) Chiffres d'affaires 2003.

UN MÉTIER, TROIS ACTIVITÉS

1. LA STRATÉGIE DU GROUPE

Chaque jour, JCDecaux touche plus de 170 millions de personnes dans le monde grâce à un réseau de supports de communication extérieure unique au monde. L'objectif du Groupe est de continuer d'étendre et de renforcer son offre dans les zones à forte concentration démographique et à niveau de vie élevé afin de poursuivre sa croissance et d'augmenter sa rentabilité qui est déjà l'une des meilleures, sinon la meilleure, du secteur.

Pour atteindre cet objectif, la stratégie du Groupe s'articule autour de trois axes majeurs :

- poursuivre son développement par croissance interne, en remportant de nouveaux contrats publicitaires pour les villes, collectivités locales, métros et aéroports qu'il juge les plus attractifs ;
- procéder à des acquisitions ciblées qui lui permettent d'acquérir, ou de renforcer, sa position de leader sur ses marchés, d'augmenter la part de marché de la communication extérieure en créant un réseau national et, ce faisant, de renforcer sa capacité à bénéficier d'un levier sur les prix ;
- optimiser le potentiel commercial et la rentabilité de ses réseaux publicitaires dans tous les pays où le Groupe exerce ses activités.

1.1 Poursuivre la croissance interne

Le Groupe entend continuer de développer un réseau publicitaire particulièrement attractif pour les annonceurs dans chacune de ses trois activités. Pour réaliser cet objectif, le Groupe met en œuvre les moyens suivants :

- cibler les villes, collectivités locales, aéroports ou autres systèmes de transport qui présentent un fort potentiel commercial dans chaque pays pour y développer un réseau publicitaire à l'échelle nationale ;
- créer de nouveaux produits et services qui répondent ou anticipent les besoins des villes, des aéroports et autres systèmes de transport et continuer de fournir des prestations d'entretien inégalées pour remporter les appels d'offres pour les contrats publicitaires de ces villes, aéroports et autres systèmes de transport ;
- utiliser ses outils d'analyse marketing (comme Géo-Logic®) pour construire des réseaux publicitaires adaptés aux objectifs de communication et aux budgets des annonceurs (couverture nationale ou régionale homogène, réseaux ciblés, campagnes en temps partagé, etc.) ;
- offrir une audience plus large aux annonceurs qui souhaitent être présents à la fois en centre-ville, grâce à un réseau mobilier urbain unique en Europe, et à la périphérie des agglomérations, grâce à des réseaux nationaux d'affichage dans la plupart des pays européens ;
- développer une présence paneuropéenne dans chacune de ses activités pour répondre à la demande croissante des grands annonceurs internationaux dans ce domaine ;
- développer des moyens d'exploitation qui permettent d'adapter et de construire des réseaux en fonction des demandes des annonceurs.

1.2 Participer à la consolidation de la communication extérieure

JCDecaux dispose d'une capacité financière solide et d'un réseau publicitaire puissant, particulièrement en Europe, lui conférant un avantage significatif pour saisir les opportunités d'acquisitions ou de partenariats nécessaires pour s'implanter sur de nouveaux marchés ou pour renforcer ses positions de leader sur ses marchés.

Cette stratégie lui permet de se développer dans des villes où les contrats de mobilier urbain ont déjà été attribués, de capitaliser sur la complémentarité de ses activités au niveau national, et, le cas échéant, de compléter sa gamme de produits. Ainsi, le partenariat noué avec le groupe Gewista en 2001, renforcé en 2003 par la montée au capital de cette société à hauteur de 67 %, a permis au Groupe d'étendre son réseau publicitaire dans l'Affichage et le Mobilier Urbain dans neuf pays d'Europe centrale et de devenir un acteur majeur du Mobilier Urbain en Autriche. En Italie, où le Groupe est associé à la société IGP depuis 2001, la société IGPDcaux est devenue numéro un de la communication extérieure et bénéficie désormais d'une véritable présence nationale dans les activités Affichage et Publicité dans les transports. Cette dimension nationale a renforcé la capacité commerciale du Groupe en Italie, ce qui s'est avéré porteur pour l'obtention du contrat de mobilier urbain des villes de Naples et de Turin et pour l'obtention d'un accord de partenariat pour la commercialisation de la publicité dans les aéroports de Rome.

Le Groupe estime avoir intégré avec succès les sociétés qu'il a acquises ou avec lesquelles il a noué des partenariats ces dernières années, notamment en France, en Suède, aux Pays-Bas, en Allemagne, en Espagne, au Portugal et en Italie. Fort de cette expérience, le Groupe a également mené avec succès l'intégration des sociétés récemment acquises, notamment Gewista en Autriche ou Unicom dans les pays Baltes (société détenue à 75 % depuis mars 2004).

Les principaux axes de la stratégie d'acquisition du Groupe sont les suivants :

- acquérir, ou nouer des partenariats, avec des sociétés disposant de positions de qualité sur leur marché ;
- capitaliser sur ses ressources (produits, expertise opérationnelle, puissance commerciale) pour développer et optimiser ces nouveaux marchés ;
- développer les synergies commerciales ;
- mutualiser et réduire les coûts.

1.3 Optimiser le potentiel du réseau publicitaire

JCDecaux optimise en permanence le potentiel de croissance et la rentabilité de son réseau publicitaire. Pour y parvenir, le Groupe s'appuie sur son expérience de plus de quarante ans dans le domaine de la communication extérieure, sur une présence géographique unique, sur un portefeuille de produits haut de gamme, et sur une offre marketing et commerciale innovante. JCDecaux entend ainsi :

- préserver la maîtrise des emplacements clés où le Groupe installe ses mobiliers, afin de maximiser la visibilité des faces et d'offrir aux annonceurs des réseaux qui garantissent l'émergence de leur campagne publicitaire ;
- poursuivre ses innovations produits et marketing et maintenir une politique tarifaire qui reflète la qualité supérieure de ses réseaux ;
- capitaliser sur la complémentarité de ses activités Mobilier Urbain, Affichage et Transport pour développer des alliances commerciales paneuropéennes et/ou pour réaliser des campagnes publicitaires multipays et/ou multiformats pour les grands annonceurs internationaux ;
- continuer de développer des études de mesure d'audience de la communication extérieure qui permettront de renforcer l'attractivité de ce média pour les annonceurs et son utilisation ;
- s'appuyer sur des études socio-démographiques, de comportement, de consommation, de déplacement et d'audience sophistiquées, pour construire des réseaux qui répondent aux objectifs de communication de ses clients ;
- fournir des données chiffrées d'audience permettant de mesurer les performances de ses réseaux sur la cible visée.

2. LE MOBILIER URBAIN

2.1. Le concept de mobilier urbain

Une idée simple et innovante

En 1964, Jean-Claude Decaux invente le concept de mobilier urbain à partir d'une idée simple et innovante : fournir aux villes et aux collectivités locales des abris d'autobus, et les entretenir gratuitement, en échange du droit de commercialiser l'espace public disponible sur ces équipements. Dès sa création, le mobilier urbain devient un support de communication très prisé des annonceurs, car il permet d'afficher une campagne publicitaire au cœur des villes, dans des zones où la publicité est généralement restreinte.

Des produits haut de gamme

Depuis 40 ans, le groupe JCDecaux conçoit et développe des gammes de mobiliers qui allient service public aux usagers, esthétisme et fonctionnalité pour les villes, et efficacité publicitaire pour les annonceurs.

Le Groupe :

- crée des produits innovants et haut de gamme qui visent à améliorer la qualité de vie en ville, tels que : des abribus, des mobiliers urbains pour l'information (MUPI®), des sanitaires publics à entretien automatique, des supports publicitaires grand format (Senior®), des colonnes multiservices (telles que les colonnes Morris en France), des kiosques à fleurs ou à journaux, des bornes de propreté, des bancs, des mobiliers pour affichage administratif ou l'expression libre, des candélabres, des panneaux de signalisation et de jalonnement fixes ou dynamiques, des abris associés à des systèmes de location automatique de vélos, des récupérateurs de verre, de piles ou de papier, des journaux électroniques d'information et des bornes informatiques interactives ;
- développe des gammes de mobiliers urbains coordonnées en travaillant en étroite collaboration avec des architectes et des designers de renommée internationale, tels que Mario Bellini, Philip Cox, Peter Eisenman, Sir Norman Foster, Christophe Pillet, Philippe Starck, Robert Stern, Martin Szekely et Jean-Michel Wilmotte ;
- détermine, en fonction du potentiel publicitaire, le nombre de faces nécessaires au financement des besoins en équipement d'une ville ;
- sélectionne les emplacements et positionne les faces publicitaires de manière à maximiser leur audience. Ainsi, les faces publicitaires des abribus sont positionnées perpendiculairement aux axes de circulation ;
- offre une combinaison d'équipements publicitaires et de services qui visent à améliorer la qualité de vie en ville, tout en optimisant les "opportunités de voir" la publicité. Ainsi, le Groupe conçoit des mobiliers multi fonctionnels (abribus et colonnes intégrant un téléphone public, un sanitaire public à entretien automatique ou un point de vente de titres de transport) qui s'intègrent harmonieusement dans l'environnement urbain, réduisent l'encombrement des trottoirs et proposent le meilleur niveau de service aux usagers.

Priorité à l'entretien et au service

Le groupe JCDecaux est reconnu par les villes, les collectivités locales et les annonceurs pour la qualité du service d'entretien fourni dans le cadre de ses contrats de mobilier urbain. Au 31 décembre 2004, environ deux tiers des salariés de l'activité Mobilier Urbain du Groupe étaient dédiés à l'entretien, à la maintenance et à l'affichage des mobiliers. Tous les collaborateurs en charge de l'entretien des mobiliers et de la pose des affiches suivent une formation rigoureuse dans le centre de formation interne, afin de perpétuer le savoir-faire et la réputation d'exigence et de qualité de JCDecaux en matière d'entretien des mobiliers, qui contribue à sa renommée internationale.

2.2. Les contrats de mobilier urbain

Nature des contrats de mobilier urbain

La plupart des contrats du Groupe relatifs au mobilier urbain conclus aujourd'hui avec les administrations et les autorités publiques font l'objet d'un processus d'appel d'offres selon des procédures spécifiques aux contrats de droit public. Les mobiliers urbains sont principalement installés dans les centres-villes et sur les axes où la circulation piétonne et automobile est importante. Les contrats de mobilier urbain prévoient généralement la fourniture par JCDecaux d'équipements qui comportent des espaces publicitaires, tels que les abribus, les mobiliers urbains pour l'information (MUPI®), les colonnes, etc., et peuvent aussi prévoir la fourniture et l'installation d'équipements non publicitaires, tels que des bancs, des bornes de propreté, des journaux électroniques d'information ou encore des panneaux de signalisation. Les contrats tendent à se différencier en fonction des besoins de la collectivité locale, du volume de mobilier urbain non publicitaire souhaité et du niveau d'intervention du Groupe dans la gestion du programme de mobilier urbain.

La politique du Groupe est d'installer et d'entretenir, à ses frais, les mobiliers installés dans les collectivités avec lesquelles il est en relation contractuelle. En échange, JCDecaux se voit confier le droit de commercialiser les espaces publicitaires situés sur certains équipements de mobilier urbain.

Certains contrats peuvent également prévoir un droit d'exclusivité pour l'installation d'équipement supplémentaire de mobilier urbain ainsi que les conditions d'extension par le Groupe de ses activités publicitaires dans des zones couvertes par le contrat. En général, les contrats prévoient l'installation de mobiliers supplémentaires au fur et à mesure des besoins nouveaux. Enfin, le choix de l'emplacement initial des équipements de mobilier urbain fait généralement l'objet d'un consentement mutuel. La nature et le contenu des publicités que le Groupe affiche fait l'objet de certaines limitations particulières énumérées au contrat, ainsi que d'un contrôle périodique par les collectivités locales.

Lorsque le Groupe verse une redevance publicitaire, le coût de cette redevance est généralement compensé, pour tout ou partie, par le fait que le Groupe n'installe pas ou peu de mobiliers non publicitaires. En 2004, le Groupe a reversé 13,5 % du chiffre d'affaires de l'activité Mobilier Urbain aux villes et aux collectivités locales au titre de redevances et loyers publicitaires.

Historiquement, la quasi-totalité des contrats de mobilier urbain du Groupe étaient conclus avec des villes ou des collectivités locales autorisant JCDecaux à installer ses équipements sur le domaine public. Peu de contrats de mobilier urbain étaient conclus avec des propriétaires privés. Depuis plusieurs années, JCDecaux a étendu son activité Mobilier Urbain aux centres commerciaux, notamment aux États-Unis, en Europe, en Amérique du Sud et au Japon. Dans le cadre des accords conclus avec les propriétaires de ces centres, JCDecaux installe ses mobiliers sur du domaine privé.

Nature des contrats de mobilier urbain dans les centres commerciaux

Un contrat relatif au mobilier urbain dans les centres commerciaux prend généralement la forme d'un contrat-cadre conclu avec un opérateur de centres commerciaux et d'un contrat individuel avec le gérant de chaque centre commercial. Les modalités des contrats individuels reproduisent les dispositions du contrat-cadre, qui peuvent varier selon la taille, la conception et la qualité du centre commercial. Les contrats-cadres prévoient que les opérateurs proposent au Groupe la possibilité de conclure des concessions individuelles avec tous les centres qu'ils contrôlent et qu'ils fourniront leurs meilleurs efforts pour convaincre les centres dans lesquels ils possèdent une participation mais qu'ils ne contrôlent pas, de conclure des contrats individuels avec le Groupe. Tout nouveau centre commercial acquis ou développé par les promoteurs au cours de la durée du contrat-cadre entre dans le champ d'application de l'accord.

Quelques-unes des principales dispositions communes à la plupart des contrats relatifs au mobilier urbain dans les centres commerciaux figurent ci-dessous :

- une durée de dix à quinze ans, susceptible de résiliation anticipée en cas de violation importante du contrat par l'une des parties ;

- une obligation de concevoir, construire, installer et entretenir, aux frais du Groupe, les panneaux muraux, les panneaux publicitaires et les panneaux ou bornes d'information. Les coûts d'entretien, ainsi que le montant des investissements consentis dans le cadre de ces contrats sont cependant inférieurs à ceux des contrats de mobilier urbain installé sur le domaine public ;
- un droit exclusif d'utiliser les parties communes du centre commercial pour commercialiser des espaces publicitaires sur des panneaux d'affichage fixes ou déroulants en contrepartie du paiement d'une redevance proportionnelle au chiffre d'affaires net réalisé et assortie du paiement d'un loyer minimum dans certains cas ;
- les contrats prévoient les conditions dans lesquelles le gérant du centre peut demander au Groupe de déplacer les panneaux d'affichage, aux frais du Groupe, à un autre emplacement dans le centre.

Des contrats de longue durée

Les contrats de mobilier urbain du Groupe ont une durée comprise entre 8 et 25 ans. En France, la durée des contrats est généralement de 10 à 15 ans. Au 31 décembre 2004, les contrats de mobilier urbain avaient une durée de vie résiduelle moyenne de plus de 8 ans (durée pondérée par le chiffre d'affaires publicitaire 2004, ajusté afin de tenir compte du chiffre d'affaires prévisionnel des nouveaux contrats, hors centres commerciaux). En France, la durée de vie résiduelle moyenne (pondérée par le chiffre d'affaires publicitaire 2004) des contrats de mobilier urbain était de 5 ans. Entre le 1^{er} janvier 2005 et le 31 décembre 2007, 17 % des contrats de mobilier urbain du Groupe (pondérés par le chiffre d'affaires publicitaire 2004) arriveront à terme et devront être renouvelés.

Ce taux d'attrition naturel du portefeuille de contrats sur les trois prochaines années est donné à titre indicatif et ne reflète pas nécessairement l'évolution de la valeur commerciale des faces publicitaires qui sont vendues en réseaux, ni du chiffre d'affaires du mobilier urbain.

Les contrats sont généralement résiliables en cas de violation importante des engagements, ainsi que pour des motifs d'intérêt général. En France, à la suite d'une décision de juillet 1998 du Conseil de la concurrence, les modalités des contrats de mobilier urbain publicitaire du Groupe ont fait l'objet de certaines modifications.

En particulier, les nouveaux contrats conclus après juillet 1998 ne comportent plus de clauses prévoyant le renouvellement des contrats par tacite reconduction, et ne prévoient plus des durées de vie autonomes pour chaque nouvel équipement de mobilier urbain installé, ni de droit de préférence pour l'installation de mobiliers supplémentaires identiques à ceux prévus par les conventions.

Un fort taux de succès aux appels d'offres

Le Groupe continue de renouveler avec succès ses contrats de mobilier urbain dans le cadre de procédures d'appel d'offres et de gagner de nombreux nouveaux contrats. En 2004, en France, le Groupe a maintenu un fort taux de succès aux appels d'offres portant sur le renouvellement de ses contrats comme sur le gain de nouveaux contrats. Au total, en 2004, le Groupe a remporté 73 % des appels d'offres de mobilier urbain publicitaire (renouvellements

et nouveaux contrats) auxquels il a postulé dans le monde et 90 % en France.

2.3 Présence géographique

Numéro 1 mondial du Mobilier Urbain

JCDecaux est le numéro un mondial du Mobilier Urbain, en termes de chiffre d'affaires et de nombre de faces publicitaires. Au 31 décembre 2004, le Groupe disposait de contrats de mobilier urbain dans environ 1 500 villes de plus de 10 000 habitants, totalisant plus de 304 000 faces publicitaires dans 36 pays. Le Groupe dispose d'un portefeuille de contrats de mobilier urbain unique au monde, qui comprend notamment des contrats publicitaires dans 32 des 50 plus grandes villes de l'Union européenne. Outre son activité sur le domaine public, le Groupe est également présent dans 724 centres commerciaux à travers le monde.

En 2004, le Mobilier Urbain a représenté 54,2 % du chiffre d'affaires du Groupe.

JCDecaux estime que le fait d'avoir des contrats de mobilier urbain dans les grandes villes de chaque pays est essentiel pour offrir un réseau publicitaire national aux annonceurs. Grâce à cette présence unique en Europe, JCDecaux est le seul groupe de communication extérieure capable de créer, à la demande des annonceurs, des réseaux qui leur permettent de réaliser des campagnes publicitaires paneuropéennes, ce qui est de plus en plus recherché par les annonceurs internationaux.

Au 31 décembre 2004, la répartition géographique des faces publicitaires de l'activité Mobilier Urbain du Groupe était la suivante :

Pays	Nombre de faces publicitaires
France	91 600
Royaume-Uni	16 300
Reste de l'Europe ⁽¹⁾	167 400
Amériques ⁽²⁾	17 600
Asie-Pacifique ⁽³⁾	11 500
Total	304 400

(1) Inclut l'Allemagne, les Pays-Bas, la Belgique, le Luxembourg, l'Espagne, le Portugal, la Suède, la Norvège, la Finlande, le Danemark, l'Autriche, la Croatie, la Bosnie, la Hongrie, l'Italie, la Serbie-Monténégro, la Slovénie, l'Islande, la Lettonie, la Lituanie, l'Estonie, la République tchèque et la Slovaquie. Parmi ces pays, la majorité des faces publicitaires sont situées en Allemagne, aux Pays-Bas, en Belgique, en Suède, au Portugal et en Finlande.

(2) Inclut l'Argentine, le Brésil, le Canada, l'Uruguay et les États-Unis. La majorité des faces sont aux États-Unis.

(3) Inclut l'Australie, le Japon, la Corée, la Chine, Singapour et la Thaïlande.

Un réseau de mobilier urbain unique en Europe

JCDecaux bénéficie d'une présence exceptionnelle en Europe grâce à un portefeuille de contrats unique dans les plus grandes villes européennes en termes de population. Au 31 décembre 2004, le Groupe détenait des contrats de mobilier urbain dans 32 des 50 plus grandes villes de l'Union européenne ⁽¹⁾ comme l'indique le tableau ci-dessous.

Ville	Pays	Population (en millions)	Principaux opérateurs de Mobilier Urbain
Londres	Royaume-Uni	7,36	Clear Channel ⁽²⁾ (Adshel)/JCDecaux
Berlin	Allemagne	3,39	Wall ⁽³⁾
Madrid	Espagne	3,09	JCDecaux/Cemusa
Rome	Italie	2,54	Clear Channel
Paris	France	2,13	JCDecaux
Hambourg	Allemagne	1,73	JCDecaux
Budapest	Hongrie	1,71	Intermedia/Mahir
Varsovie	Pologne	1,69	AMS
Barcelone	Espagne	1,58	JCDecaux
Vienne	Autriche	1,55	JCDecaux ⁽⁴⁾
Münich	Allemagne	1,25	JCDecaux
Milan	Italie	1,25	IGPDecaux ⁽⁵⁾
Prague	République tchèque	1,17	JCDecaux
Naples	Italie	1,01	IGPDecaux ⁽⁵⁾
Bruxelles	Belgique	1,00	JCDecaux
Birmingham	Royaume-Uni	0,99	JCDecaux/Clear Channel (Adshel)

Ville	Pays	Population (en millions)	Principaux opérateurs de Mobilier Urbain
Cologne	Allemagne	0,97	JCDecaux
Turin	Italie	0,86	IGPDecaux ⁽⁵⁾
Marseille	France	0,80	JCDecaux
Valence	Espagne	0,78	JCDecaux/Cemusa
Lodz	Pologne	0,78	AMS
Stockholm	Suède	0,76	JCDecaux/Clear Channel (Adshel)
Cracovie	Pologne	0,76	AMS
Athènes	Grèce	0,75	Alma
Amsterdam	Pays-Bas	0,74	JCDecaux
Riga	Lettonie	0,73	JCDecaux
Leeds	Royaume-Uni	0,72	Clear Channel (Adshel)
Séville	Espagne	0,71	JCDecaux ⁽⁶⁾ /Cemusa
Palerme	Italie	0,68	Damir
Francfort	Allemagne	0,64	Ströer
Wroclaw	Pologne	0,64	AMS
Saragosse	Espagne	0,63	JCDecaux
Gènes	Italie	0,60	Cemusa
Rotterdam	Pays-Bas	0,60	Viacom
Dortmund	Allemagne	0,59	Wall/Ruhfus
Essen	Allemagne	0,59	Ströer
Stuttgart	Allemagne	0,59	JCDecaux
Glasgow	Royaume-Uni	0,58	JCDecaux
Poznan	Pologne	0,57	AMS
Düsseldorf	Allemagne	0,57	JCDecaux/Wall ⁽³⁾
Lisbonne	Portugal	0,56	JCDecaux/Cemusa
Helsinki	Finlande	0,56	JCDecaux
Malaga	Espagne	0,55	Cemusa
Brême	Allemagne	0,54	JCDecaux
Vilnius	Lituanie	0,54	JCDecaux
Hanovre	Allemagne	0,52	Ströer
Sheffield	Royaume-Uni	0,51	JCDecaux/Clear Channel (Adshel)
Duisburg	Allemagne	0,51	Ströer
Copenhague	Danemark	0,50	JCDecaux/Clear Channel (Adshel)
Leipzig	Allemagne	0,50	JCDecaux

Source : Rapports statistiques gouvernementaux et T. Brinkhof "The principle agglomerations of the world", janvier 2005 (<http://www.citypopulation.de>).

- (1) Au 31 décembre 2004, l'Union européenne était composée des pays suivants : Autriche, Belgique, Chypre, République tchèque, Danemark, Estonie, Finlande, France, Allemagne, Grèce, Hongrie, Irlande, Italie, Lettonie, Lituanie, Luxembourg, Malte, Pologne, Portugal, Slovaquie, Slovénie, Espagne, Suède, Pays-Bas et Royaume-Uni.
- (2) La moitié des abribus de Clear Channel à Londres est actuellement en appel d'offres.
- (3) JCDecaux détient 35 % du capital de la société Wall.
- (4) Le Groupe est présent à Vienne par l'intermédiaire de sa filiale Gewista dont il détient 67 % du capital.
- (5) JCDecaux détient 32,35 % du capital de la société IGPDecaux.
- (6) Le Groupe est présent à Séville par l'intermédiaire de sa filiale Planigrama.

En 2004, les contrats de mobilier urbain détenus par le Groupe dans ces 32 villes ont représenté 35 % du chiffre d'affaires de l'activité Mobilier Urbain. Ces contrats avaient une durée de vie résiduelle moyenne (pondérée par le chiffre d'affaires publicitaire 2004) de près de 7 ans.

En Europe, le Groupe a renouvelé plusieurs contrats de mobilier urbain, notamment en France, en Belgique et en Estonie.

En France, JCDecaux bénéficie d'une couverture territoriale exceptionnelle avec des contrats de mobilier urbain dans 645 villes et collectivités territoriales, dont Paris, Lyon, Marseille, Lille, Bordeaux,

Toulouse, Nice, Aix-en-Provence, Toulon et Grenoble, soit les agglomérations françaises les plus importantes en termes de population. Si la France, berceau historique du Groupe, demeure le premier pays pour le Mobilier Urbain, la part représentée par la France dans le chiffre d'affaires de cette activité tend à diminuer au fur et à mesure que le Groupe se développe à l'international.

En 2004, JCDecaux a renouvelé les contrats de mobilier urbain des villes de Grenoble, Pau, Vannes, Montauban, Anglet, Châlons-en-Champagne, St-Étienne, Thionville, ainsi que le contrat majeur de la Communauté Urbaine de Lyon, deuxième ville de France, où JCDecaux

débute son activité il y a 40 ans. En revanche, le Groupe n'a pas remporté l'appel d'offres portant sur l'installation des abribus de la Communauté Urbaine de Bordeaux mais reste en mesure de proposer l'agglomération bordelaise dans son offre commerciale Mobilier Urbain, notamment à travers ses positions sur la ville de Bordeaux et son offre MUPI® et Séniors®.

L'Amérique du Nord, un axe de développement privilégié

JCDecaux est présent aux États-Unis depuis 1994, date à laquelle il a remporté un premier contrat de mobilier urbain à San Francisco. En 2001, en partenariat avec Viacom Outdoor, JCDecaux a remporté le contrat de mobilier urbain de la ville de Los Angeles, pour une durée de 20 ans, puis, en 2002, le Groupe a remporté celui de la ville de Chicago, également pour une durée de 20 ans, ainsi que son premier contrat de mobilier urbain au Canada, en partenariat avec Viacom Outdoor, avec la ville de Vancouver, troisième ville canadienne.

En 2003, le Groupe a acquis 50 % de Wall USA, société qui détient le contrat de mobilier urbain de la ville de Boston jusqu'en 2021. Au 31 décembre 2004, JCDecaux détient, directement ou indirectement, les contrats de mobilier urbain de quatre des cinq plus grandes agglomérations des États-Unis (Los Angeles, Chicago, Boston et San Francisco) et peut ainsi commercialiser une offre unique aux annonceurs. Le Groupe considère que l'appel d'offres de la ville de New York, auquel il a répondu en 2004, constitue une opportunité de croissance significative.

Le Groupe étend son savoir-faire aux centres commerciaux

Le Groupe a également développé son activité de Mobilier Urbain aux États-Unis dans les centres commerciaux, qui peuvent être considérés comme le véritable "centre-ville" des villes américaines. En effet, les Américains y réalisent l'essentiel de leurs dépenses de consommation (hors automobile) et s'y rendent pour aller au cinéma et au restaurant. Outre une large audience, les centres commerciaux ont l'avantage d'avoir un but commercial et permettent aux annonceurs d'afficher leurs campagnes publicitaires à proximité des points de vente. Présent dans 99 centres commerciaux aux États-Unis, JCDecaux dispose d'une part de marché de 40 % dans les centres commerciaux des 20 plus grandes agglomérations américaines. Le Groupe gère notamment les contrats publicitaires de centres commerciaux prestigieux tels que *Roosevelt Field* (New York), *The Mall* à Short Hills (New Jersey), *Water Tower Place* à Chicago (Illinois), *Century City* et *Beverly Center* à Los Angeles (Californie).

JCDecaux a également développé avec succès cette activité dans les centres commerciaux d'autres pays. Au 31 décembre 2004, le Groupe était présent dans 539 centres commerciaux, répartis dans 15 pays d'Europe (Belgique, Bosnie, République tchèque, Finlande, France, Hongrie, Portugal, Lettonie, Lituanie, Norvège, Serbie-Monténégro, Slovaquie, Espagne, Suède et Royaume-Uni) contre 395 centres commerciaux en 2003. Cette importante évolution par rapport à 2003 s'explique par le développement de cette activité dans les centres commerciaux *Sektor et Steen & Stroëm* en Norvège. En Suède, le Groupe a également élargi sa présence dans les centres commerciaux, de même qu'au Royaume-Uni, où il est désormais

présent dans près de 300 supermarchés Tesco, contre 173 en 2003. Au Japon, le Groupe est désormais présent dans 61 centres commerciaux situés dans les plus grandes villes, contre 46 en 2003. Enfin, cette activité a également été développée en Argentine, à Singapour et à Hong Kong avec 25 centres commerciaux.

Des positions clés en Asie-Pacifique et en Amérique du Sud

Le Groupe considère qu'il existe un potentiel de développement important pour l'activité Mobilier Urbain en Asie-Pacifique et, dans une moindre mesure, en Amérique du Sud, deux zones géographiques où le concept de mobilier urbain est relativement nouveau. Présent dans ces deux régions depuis le début des années 90, JCDecaux détient des contrats de mobilier urbain dans les villes de Sydney en Australie, de Singapour, de Bangkok en Thaïlande, de Macao en Chine et de Séoul en Corée du Sud (abris de taxis et abris d'autobus). En 2004, le Groupe a remporté, à la suite d'un appel d'offres, le contrat des abribus publicitaires de Yokohama, deuxième ville du Japon. La publicité sur le mobilier urbain étant jusqu'alors interdite, ce marché représente un fort potentiel de croissance. En Amérique du Sud, JCDecaux détient des contrats de mobilier urbain dans les villes de Salvador de Bahia au Brésil, Montevideo en Uruguay et Buenos Aires en Argentine (centres commerciaux).

Futurs appels d'offres : un réservoir de croissance

Le Groupe considère que l'activité Mobilier Urbain bénéficie d'un potentiel de croissance important et entend poursuivre son développement à l'international dans les années à venir. De nouveaux contrats de mobilier urbain devraient faire l'objet d'appels d'offres en Amérique du Nord, à Toronto notamment, en Europe, dans les villes de Rome en Italie, de Sofia en Bulgarie, de Varsovie en Pologne et dans un certain nombre de villes allemandes détenues par Ströer ; en Amérique du Sud, avec la ville de Sao Paulo au Brésil ; et en Asie-Pacifique, avec les villes de Pékin et Shanghai en Chine, de Taipei à Taïwan, de Melbourne en Australie ainsi que dans un certain nombre de villes japonaises de premier plan.

2.4 Ventes et marketing

JCDecaux commercialise ses mobiliers en tant que supports publicitaires haut de gamme. Regroupés en réseaux, ces espaces sont vendus pour des campagnes publicitaires dont la durée varie entre sept jours (dite "courte conservation") en France et dans la majorité des pays européens, quinze jours en Espagne et au Royaume-Uni, et un mois aux États-Unis. Le Groupe est à l'origine du concept de campagne de sept jours qui permet de multiplier le nombre de faces dont disposent les annonceurs au début de chaque semaine (jusqu'à un tiers du réseau en France) afin de maximiser la couverture territoriale et l'émergence d'une campagne publicitaire sur une période et dans un espace donnés.

Tous les espaces publicitaires sont commercialisés par les propres forces de vente du Groupe auprès des annonceurs et de leurs agences de publicité ou agences média. Les tarifs sont indiqués dans des grilles tarifaires standards et JCDecaux n'a pas pour politique

de concéder de remises ou de ristournes sur ces tarifs, autres que celles liées au volume. Les tarifs applicables varient selon la taille et la qualité du réseau, l'emplacement de la face publicitaire, la période de l'année et certains événements particuliers, tels que les Jeux Olympiques ou la Coupe du monde de football.

Pour répondre à la diversité des objectifs de communication de ses clients, le Groupe propose à la fois des réseaux de mass média très puissants, et des réseaux de ciblage construits à partir de bases de données sociodémographiques et cartographiques sophistiquées pour offrir une affinité avec des cibles précises. Cette sélectivité des faces permet ainsi une meilleure valorisation du patrimoine.

Ainsi, en France, en 2003, JCDecaux a créé Distingo®, un réseau de faces publicitaires de 2 m² (abribus et MUPI®) qui cible la femme urbaine CSP+. De même, en 2004, JCDecaux a proposé un réseau de faces publicitaires de 2 m², FamiliConso®, qui permet de cibler les foyers ayant un budget alimentaire hebdomadaire supérieur à la moyenne, particulièrement adapté pour les annonceurs de la grande consommation. Cette stratégie s'est poursuivie en 2005 avec la création d'un réseau de 2 000 faces (DIVA®), destiné à cibler les foyers disposant des plus hauts revenus, cible privilégiée de nombreuses marques.

2.5 Vente, location et contrats d'entretien de mobilier urbain

Le Groupe exerce, essentiellement en France et au Royaume-Uni, une activité de vente, de location et d'entretien de mobiliers urbains qui génère un chiffre d'affaires comptabilisé dans le segment Mobilier Urbain. Le chiffre d'affaires de cette activité a représenté 90,9 millions d'euros en 2004, soit 10,3 % du chiffre d'affaires du Mobilier Urbain. La part relative de cette activité dans le chiffre d'affaires total du Mobilier Urbain tend à diminuer régulièrement, au fur et à mesure que certains contrats parviennent à leur terme et ne sont pas renouvelés.

3. L’AFFICHAGE GRAND FORMAT

JCDecaux est le n° 1 de l’Affichage grand format en Europe en termes de chiffre d'affaires.

En 2004, l’Affichage grand format a représenté 26,6 % du chiffre d'affaires du Groupe.

Situés généralement sur les grands axes de circulation des villes et de leurs agglomérations, les supports d’affichage du Groupe permettent aux annonceurs de toucher de très larges publics. Les réseaux d’affichage de JCDecaux comprennent de nombreux emplacements très qualitatifs en termes de visibilité dans des villes importantes telles que Paris, Londres, Bruxelles, Vienne, Madrid et Lisbonne, et offrent aux annonceurs une large couverture territoriale dans chaque pays.

L’activité Affichage comprend également la publicité lumineuse, qui consiste essentiellement en la création et l’installation de néons publicitaires de très grand format. Le Groupe réalise également des bâches publicitaires géantes. Présent dans 17 pays avec 148 néons publicitaires, le Groupe couvre les grandes capitales européennes et vise à se renforcer en Asie et en Europe centrale. En 2004, l’activité de publicité lumineuse a représenté un chiffre d'affaires de 12,5 millions d’euros, soit 2,9 % du chiffre d'affaires de l’activité Affichage.

3.1 Nature des contrats d’affichage

Dans le cadre des contrats d’affichage, JCDecaux loue les sites sur lesquels sont installés ses supports, principalement auprès de propriétaires de terrains ou d’immeubles privés (contrats de droit privé) et, dans une moindre mesure, auprès de collectivités locales (contrats de droit public), de sociétés de chemins de fer, d’universités ou de sociétés immobilières. JCDecaux verse les loyers directement aux propriétaires de ces terrains ou immeubles. Pour l’occupation du domaine privé de l’État ou des collectivités territoriales, les contrats d’affichage sont généralement conclus après mise en concurrence. Au Royaume-Uni, le Groupe est propriétaire d’un certain nombre de terrains sur lesquels sont installés ses supports.

Quelques-unes des principales modalités communes à la plupart des contrats d’affichage de droit privé figurent ci-dessous :

- une durée de l’ordre de six ans, à compter de sa date de signature, avec, pour la France, tacite reconduction par année à compter de l’échéance initiale sauf dénonciation dans un délai de trois mois avant son expiration ; ces durées pouvant être supérieures dans les pays où la durée n’est pas limitée par la loi ;
- un libre accès à l’emplacement dans la mesure de ce qui est nécessaire pour installer et entretenir les supports ;
- les contrats prévoient le type des mobiliers, éventuellement la nature et la surface des affiches qui peuvent être placées sur l’emplacement ainsi que le loyer à payer au bailleur ;
- le bailleur a la responsabilité de s’assurer que les panneaux restent visibles, notamment du fait de la végétation.

3.2 Présence géographique

Au 31 décembre 2004, le Groupe disposait de 196 500 faces publicitaires dans 25 pays européens, soit dans près de 3 000 villes européennes de plus de 10 000 habitants, et dans quatre pays d’Asie-Pacifique (Thaïlande, Singapour, Hong Kong et Australie). Le nombre de faces publicitaires a légèrement augmenté en 2004 par rapport à 2003. En effet, le Groupe poursuit sa politique d’amélioration de la qualité des supports grand format en démontant certains panneaux peu qualitatifs et en les remplaçant, aux meilleurs emplacements, par des supports haut de gamme, déroulants et rétro-éclairés.

À cette même date, le Groupe disposait d’environ 51 300 faces d’affichage grand format en France. La ville la plus importante en termes d’activité est Paris, où le Groupe dispose de 2 117 faces publicitaires, soit une part de marché de plus d’un tiers dans cette ville.

L'activité de publicité lumineuse est principalement située en France mais le Groupe exerce également cette activité dans d'autres pays, notamment en Espagne, au Portugal, en Pologne, en Hongrie et en Belgique.

Au 31 décembre 2004, la répartition géographique des faces d'affichage du Groupe était la suivante :

Pays	Nombre de faces publicitaires
France	51 300
Royaume-Uni	11 800
Reste de l'Europe ⁽¹⁾	133 100
Asie-Pacifique ⁽²⁾	300
TOTAL	196 500

(1) Inclut l'Allemagne, l'Autriche, les Pays-Bas, la Belgique, l'Italie, l'Espagne, le Portugal, l'Irlande, la Suède, la Norvège, la Finlande, le Danemark, la Bosnie, la Bulgarie, la Croatie, l'Estonie, la Lituanie, la Lettonie, la Hongrie, la République tchèque, la Serbie-Monténégro, la Slovaquie et la Slovénie.

(2) Inclut l'Australie, la Thaïlande, Hong Kong et Singapour.

3.3 L'offre de JCDecaux

L'offre de supports d'affichage grand format de JCDecaux comprend une large gamme de produits avec, d'une part, des réseaux de faces publicitaires qui couvrent une vaste zone géographique et qui permettent aux annonceurs de toucher un large public et, d'autre part, des réseaux construits à partir de critères démographiques ou socio-économiques précis qui permettent de cibler un public spécifique.

La taille et le format des supports d'affichage varient selon les réseaux, principalement en fonction des réglementations locales. Toutefois, dans toutes les régions, les supports d'affichage et les enseignes lumineuses du Groupe répondent à des normes de qualité et de visibilité élevées, éléments indispensables pour capter l'audience visée par les annonceurs. Le Groupe dispose ainsi de nombreux supports d'affichage haut de gamme éclairés, ce qui permet d'accroître leur audience jusqu'à 40 %.

Les nouveaux supports d'affichage du Groupe utilisent les concepts qui ont fait le succès du mobilier urbain, tels que le rétro-éclairage et l'affichage déroulant qui accroît le nombre de faces publicitaires pouvant être commercialisées par support et crée de nouvelles opportunités de marketing, telles que le temps partagé.

Suite à l'acquisition du pôle Avenir en 1999, le Groupe a depuis investi de manière significative pour améliorer la qualité de ses réseaux d'affichage grand format, notamment sur ses principaux marchés que sont la France et le Royaume-Uni. Cette amélioration qualitative lui a permis de renforcer l'efficacité publicitaire de ses réseaux et de différencier son offre produits auprès des annonceurs. Ainsi, aux emplacements les plus visibles et les plus prestigieux, le Groupe a remplacé des panneaux fixes par des supports à affichage déroulant rétro-éclairés de 8, 12 et 18 m² appelés "Vitrines®".

Au 31 décembre 2004, le Groupe avait installé près de 3 800 Vitrines® en France, près de 250 au Royaume-Uni et près de 700 réparties sur neuf autres marchés européens, principalement la Belgique, la Suède, les Pays-Bas, l'Espagne et le Portugal.

En 2004, en France, 39 % des faces publicitaires du Groupe vendues en campagnes de courte durée sont éclairées, soit un pourcentage supérieur à celui des concurrents du Groupe pour lesquels ce taux n'est que de 31 % en moyenne.

Au Royaume-Uni, JCDecaux a également investi sur ce segment pour augmenter le nombre de supports rétro-éclairés. Ainsi, en 2003, JCDecaux était le premier groupe à rétro-éclairer plus de 50 % de ses supports. En 2004, JCDecaux a dépassé ce niveau : en effet, 53 % des supports publicitaires du Groupe sont rétro-éclairés contre 47 % pour ses concurrents (*Source : Postar*). Cela devrait permettre au Groupe de continuer à augmenter le revenu moyen généré par face, compte tenu du fait que ces supports touchent une audience plus importante.

Par ailleurs, des études récentes d'impact menées par Carat, première agence française d'achat d'espace, et par Postar, institut chargé des mesures d'audience pour la communication extérieure au Royaume-Uni, ont montré qu'une campagne publicitaire affichée sur un support d'affichage déroulant, tel que les Vitrines®, a autant d'impact qu'une campagne publicitaire affichée sur un panneau fixe, et ce, en dépit d'un temps inférieur d'exposition de la campagne. En effet, la mobilité de l'affiche attire l'attention et renforce l'efficacité du message publicitaire, ce qui rend ce type de support particulièrement attractif pour les annonceurs.

3.4 Ventes et marketing

Le Groupe commercialise ses réseaux d'affichage grand format sous la marque Avenir en France et en Espagne, sous la marque JCDecaux au Royaume-Uni, en Irlande, aux Pays-Bas et dans plusieurs autres pays européens, et notamment sous les marques Gewista en Autriche, Europlakat en Europe centrale, Belgoposter en Belgique et IGPDecaux en Italie.

Tous les espaces publicitaires sont commercialisés par les propres forces de vente du Groupe auprès des annonceurs et de leurs agences de publicité ou agences média.

Une grande partie de l'activité Affichage de JCDecaux provient de campagnes publicitaires de courte conservation, d'une durée de sept à quinze jours, à l'exception de certains pays, comme la France, où les affichages de longue conservation, dont la durée est comprise entre un et trois ans, représentent une part significative du chiffre d'affaires. Les affichages de longue conservation ont généralement pour but d'indiquer la présence géographique d'un annonceur particulier, ou de promouvoir sa marque ou son image.

Grâce à une présence et à un réseau publicitaire uniques en Europe, le Groupe est à même d'offrir aux annonceurs la réalisation de campagnes paneuropéennes, multisupports et/ou multiformats.

Depuis sa création en 2000, JCDecaux One Stop Shop, filiale spécialisée dans la coordination de campagnes publicitaires à l'échelle internationale, a ainsi réalisé des campagnes publicitaires paneuropéennes pour des annonceurs prestigieux tels que Alcatel, Levi's, Gap, H&M ou encore Mitsubishi. Par ailleurs, en 2003, le Groupe a conclu un certain nombre d'alliances commerciales paneuropéennes pluri-annuelles avec des annonceurs internationaux, dont les groupes Unilever et Masterfoods pour lesquels JCDecaux est devenu le partenaire privilégié dans le domaine de la communication extérieure.

À la différence de la publicité sur le mobilier urbain, des remises peuvent être consenties sur les prix catalogue du Groupe, conformément à la pratique du marché. Cette pratique a conduit JCDecaux à développer un outil d'aide à la vente permettant aux équipes commerciales d'optimiser la commercialisation des réseaux. Grâce à un logiciel de "Yield Management", les équipes commerciales peuvent suivre, en temps réel, l'évolution de l'offre et de la demande pour les réseaux d'affichage et peuvent ainsi ajuster les éventuelles remises accordées aux annonceurs afin de vendre chaque réseau au meilleur prix.

Chaque réseau d'affichage du Groupe est conçu en fonction d'études de mesures d'audience. Ces mesures d'audience sont complétées par des bases de données et des outils géo-marketing tels que "Geo-Logic®", un outil géo-marketing unique regroupant des données socio-démographiques de déplacement, de comportement, de consommation, de secteurs d'activité sur des bases cartographiques croisées avec le patrimoine. JCDecaux aide ses clients à adapter leurs campagnes publicitaires en fonction des caractéristiques du public qu'ils cherchent à toucher, telles que le profil socio-économique, l'âge, le sexe, l'usage d'Internet, mais aussi la proximité des supports d'affichage avec certains magasins. Cet outil lui permet également d'optimiser ses réseaux et de choisir au mieux de nouveaux emplacements.

Construits grâce à ces outils géo-marketing et aux études de mesure d'audience, les réseaux d'affichage du Groupe répondent aux objectifs de communication spécifiques des annonceurs. Ceux-ci peuvent acheter des réseaux fournissant une couverture publicitaire régionale ou nationale homogène, ou ciblant une ville clé ou des sites particuliers, situés près des commerces, des cinémas ou des stations de métro.

L'utilisation de ces outils permet aussi à JCDecaux de commercialiser des réseaux en "temps partagé". Grâce aux supports déroulants et à la technologie de télécommande de ces supports, il est possible de gérer de manière précise l'affiche publicitaire qui apparaît sur un panneau donné à un moment donné. JCDecaux offre aux annonceurs la possibilité de cibler leurs campagnes en fonction du public susceptible de visualiser un message donné à un moment donné. Ainsi, sur le boulevard périphérique parisien, le Groupe commercialise des réseaux vendus en trois tranches horaires (matinée, journée, soirée).

Enfin, au Royaume-Uni, JCDecaux a développé une nouvelle innovation technologique pour ses supports d'affichage grand format. Nommée "Chameleon", elle permet d'afficher deux affiches différen-

tes, le jour et la nuit, sur un seul support rétro-éclairé. Cette innovation a été financée par JCDecaux qui en détient les droits exclusifs de commercialisation pour ses clients.

4. LA PUBLICITÉ DANS LES TRANSPORTS

L'activité de Publicité dans les transports regroupe les contrats publicitaires des principaux aéroports, métros, trains, bus, tramways et autres systèmes de transit, ainsi que ceux des terminaux de trains express desservant les aéroports internationaux à travers le monde. Titulaire des contrats publicitaires de 155 aéroports, JCDecaux détient également le droit de commercialiser l'espace publicitaire de plus de 150 métros, trains, bus et tramways dans environ 250 villes en Europe, en Amérique du Sud et en Asie-Pacifique. Le Groupe dispose d'un grand nombre de contrats en Italie, ce qui lui permet d'offrir aux annonceurs un réseau national pour la publicité dans les bus. Au total, le Groupe commercialise près de 157 000 faces publicitaires dans les transports réparties dans 20 pays, dont près de 25 000 faces dans les aéroports. Ce chiffre exclut environ 500 000 faces publicitaires de petite taille commercialisées sur les chariots à bagages dans les aéroports et à l'intérieur des bus, tramways, trains et métros.

En 2004, l'activité Transport a représenté 19,2 % du chiffre d'affaires du Groupe. L'activité Publicité dans les aéroports a représenté 62 % du chiffre d'affaires du pôle Transport et l'activité Publicité dans les systèmes de transit, 30 %. D'autres activités exercées de manière marginale par les sociétés du pôle Transport, telles que l'affichage ou la publicité dans les cinémas, ont représenté près de 8 % du chiffre d'affaires.

Nature des contrats de publicité dans les transports

Les contrats de publicité dans les aéroports et dans les autres systèmes de transport varient considérablement. Cette variété dépend de l'étendue du rôle que le concédant cherche à avoir dans la gestion et la détermination du contenu de l'espace publicitaire qu'il concède. Ce choix d'approche peut affecter les modalités du contrat telles que celles relatives à la propriété des équipements, les clauses de résiliation, le degré d'exclusivité ainsi que l'emplacement et le contenu publicitaire.

Quelques-unes des principales modalités communes à la plupart des contrats publicitaires du Groupe dans les transports figurent ci-dessous :

- une durée comprise entre cinq et dix ans ;
- le paiement d'une redevance proportionnelle au chiffre d'affaires réalisé, assortie de redevances minimales dans certains cas ;
- en fonction des exigences particulières des concédants, le Groupe peut concevoir, construire, installer et entretenir, à ses propres frais, des panneaux muraux, des dioramas, des panneaux publicitaires, ou tout autre type de mobilier. Le Groupe fournit également à certains concédants des panneaux d'information et des supports d'information et de publicité tels que des plans ;

- le Groupe peut bénéficier de droits exclusifs ou non exclusifs pour conduire ses activités publicitaires dans tout ou partie des terminaux. Certains concédants étendent également les droits du Groupe aux aribus extérieurs et aux plates-formes d'arrivée des terminaux ;
- le choix de l'emplacement initial des panneaux d'affichage fait généralement l'objet d'un consentement mutuel. Parfois, le contenu publicitaire peut être soumis à l'approbation du concédant. Les droits du Groupe peuvent également être limités à cet égard par les compagnies aériennes qui ont sous-loué des espaces auprès d'un aéroport et qui peuvent, en conséquence, avoir certains droits pour déterminer l'emplacement et le contenu des affichages publicitaires dans ces espaces.

4.1 La publicité dans les aéroports

Après deux années de turbulences, conséquence de l'épidémie de pneumopathie atypique en Asie et du conflit irakien, qui ont eu pour incidence une stagnation du trafic aérien, la publicité dans les aéroports renoue avec un dynamisme certain. Bien qu'il soit difficile d'obtenir des données exhaustives sur cette activité, le Groupe affiche un chiffre d'affaires en forte hausse qui lui permet de conforter sa position de numéro un mondial pour la publicité en aéroports.

4.1.1 Présence géographique

Fédérée autour de la marque "JCDecaux Airport", l'activité publicitaire dans les aéroports du Groupe couvre près de 30 % du trafic mondial avec une présence :

- en Europe, sur 104 plates-formes aéroportuaires, dont les trois plus grandes sont Londres, Francfort et Paris. Le Groupe gère les contrats publicitaires de 42 aéroports en France, dont ceux des Aéroports de Paris (Charles de Gaulle et Orly), des sept aéroports britanniques de BAA (dont Heathrow, Gatwick et Stansted), de l'aéroport de Francfort en Allemagne (en partenariat avec celui-ci), de Stockholm (Arlanda) en Suède, de 22 aéroports en Espagne (dont ceux de Barcelone, Palma de Majorque, Malaga et Alicante), des aéroports de Milan (Malpensa et Linate) et de Rome par l'intermédiaire de IGPDecaux en Italie, ainsi que la totalité des aéroports du Portugal et de la Pologne ;
- en Asie, avec le contrat de l'aéroport de Hong Kong (Chek Lap Kok), point d'entrée majeur de la zone asiatique, le contrat de l'aéroport de Macao et depuis peu le contrat des aéroports de Shanghai (aéroport international de Pudong et aéroport domestique de Hongqiao) ;
- aux États-Unis, avec les contrats publicitaires de 38 aéroports, dont ceux de New York (JFK et La Guardia), Houston, Philadelphie, Miami, Seattle, et Washington D.C. ;
- au Mexique, où le Groupe détient le contrat publicitaire des neuf aéroports du Sureste, dont ceux de Cancún, Merida, et Cozumel, géré dans le cadre d'une société commune avec le groupe UDC.

Le tableau suivant illustre la présence de JCDecaux sur les 10 plus grandes plates-formes aéroportuaires mondiales en termes de passagers en 2004 :

Aéroports	Passagers (en millions)	Titulaire du contrat
Londres	128	JCDecaux
Chicago	95	Clear Channel
Tokyo ⁽¹⁾	93	Société locale
New York	92	JCDecaux
Atlanta	82	Clear Channel
Paris	75	JCDecaux
Los Angeles	67	Appel d'offres en projet
Dallas	65	Clear Channel/JCDecaux
Francfort	51	JCDecaux/Fraport ⁽²⁾
Houston	44	JCDecaux

Source : Données ACI Trafic pour la période septembre 2003-octobre 2004.

(1) Le Groupe a conclu en 2004 un accord de coopération avec Tokyu Space Création, filiale de la quatrième agence de publicité japonaise, pour la commercialisation mutuelle d'espaces publicitaires dans 26 aéroports japonais (dont Tokyo) et les 155 aéroports du Groupe.

(2) Le Groupe détient une participation de 39 % dans Media Frankfurt, société commune avec l'aéroport de Francfort.

Le Groupe est titulaire de contrats publicitaires dans les aéroports de 13 pays, principalement en Europe.

En 2004, le Groupe a gagné et renouvelé des contrats significatifs, ce qui a renforcé sa position de n° 1 mondial de la publicité dans les aéroports. JCDecaux Airport Espagne, filiale du Groupe, a renouvelé le contrat de 18 aéroports de la péninsule hispanique (dont Barcelone, Alicante, Malaga, Valence, Séville) et a gagné le contrat des quatre aéroports des Iles Baléares (dont Palma de Majorque). Ces vingt-deux aéroports représentent 79 millions de passagers annuels, soit 52 % du marché espagnol total.

Le Groupe a également renforcé sa position en Europe du Nord, en remportant le contrat publicitaire de l'aéroport de Copenhague, le premier aéroport de Scandinavie. Ce contrat a pris effet au 1^{er} janvier 2005.

Enfin, en Chine, JCDecaux Pearl & Dean (filiale située à Hong Kong), a créé une société commune avec les aéroports de Shanghai (SIA/SAA) et la société de média Momentum. Cette nouvelle société est destinée à gérer les espaces publicitaires intérieurs et extérieurs des deux aéroports de Shanghai : Shanghai Hongqiao Airport et Pudong International Airport. En 2004, le trafic des aéroports de Shanghai s'est élevé à plus de 35 millions de passagers, soit une croissance de 40 % par rapport à 2003.

Au 1^{er} janvier 2005, la répartition géographique des faces publicitaires dans les aéroports était la suivante :

Pays/région	Nombre d'aéroports	Nombre de faces publicitaires
France	42	5 696
Royaume-Uni	8	2 686
Reste de l'Europe ⁽¹⁾	54	8 791
Amériques ⁽²⁾	47	6 496
Asie-Pacifique ⁽³⁾	4	1 061
TOTAL	155	24 730

(1) Espagne, Allemagne, Italie, Norvège, Pologne, Portugal, Suède et Danemark.

(2) États-Unis et Mexique.

(3) Hong Kong, Macao et Shanghai.

4.1.2 Les contrats de publicité dans les aéroports

JCDecaux cherche à obtenir des autorités aéroportuaires des contrats exclusifs pour la commercialisation des espaces publicitaires. Soumis à des procédures d'appels d'offres, ces contrats sont généralement octroyés pour une durée de cinq à dix ans. Au 31 décembre 2004, la durée résiduelle moyenne (pondérée par le chiffre d'affaires 2004) des contrats du Groupe dans les aéroports était de trois ans et neuf mois.

Au titre de ses contrats, JCDecaux reverse un pourcentage des recettes publicitaires aux autorités aéroportuaires, variant de 50 à 70 %, en moyenne, du chiffre d'affaires réalisé. Toutefois, les investissements, souvent pris en charge par les aéroports ou les annonceurs, ainsi que les coûts d'exploitation liés à l'entretien des supports, sont nettement inférieurs à ceux des contrats de mobilier urbain.

4.1.3 Audience et trafic

Comprenant une grande proportion de femmes et d'hommes d'affaires difficiles à toucher par le biais des médias traditionnels, les passagers des aéroports internationaux sont particulièrement recherchés par les annonceurs. Ils passent un temps significatif à attendre leur vol ou la livraison de leurs bagages, et constituent une audience captive, ciblée et réceptive aux messages publicitaires. La publicité dans les aéroports est donc l'un des meilleurs moyens dont disposent les annonceurs pour toucher ce public aisé et qui n'a généralement que peu de temps libre.

Selon le dernier rapport IATA (*International Air Travel Association*) sur les prévisions de trafic passagers mondial, l'année 2004 a enregistré la plus forte croissance depuis 1991 en terme de trafic international (+ 15 % par rapport à 2003). Si cette performance doit certes être remise dans le contexte post-attentats du 11 septembre 2001, de l'épidémie de pneumopathie atypique en Asie et du conflit en Irak, elle n'en est pas moins une croissance à deux chiffres portée par une forte activité économique, en Asie notamment.

IATA prévoit pour les quatre années à venir (2005-2008) une croissance annuelle du trafic aérien de 6 % en moyenne. Cette croissance devrait être soutenue par les bonnes perspectives économi-

ques mondiales et par la poursuite de la dérégulation du ciel aérien, cette dernière devant rendre l'avion encore plus accessible pour tous (baisse des tarifs).

Au Royaume-Uni, le nombre de passagers aériens a atteint pour la première fois 140 millions en 2004, en progression de 7 % par rapport à 2003.

4.1.4 Ventes et marketing

JCDecaux commercialise ses supports publicitaires à la face, par aéroport, ou en réseau sur plusieurs aéroports. À ce titre, le Groupe estime que sa présence dans 155 aéroports à travers le monde est un atout majeur vis-à-vis à la fois des annonceurs internationaux, pour lesquels le Groupe est à même de réaliser des campagnes nationales ou mondiales, et des autorités aéroportuaires qui bénéficient de la capacité du Groupe à générer un chiffre d'affaires et une valeur à la face supérieurs du fait de la commercialisation de ses supports publicitaires en réseaux nationaux ou mondiaux.

La dimension mondiale de JCDecaux dans le domaine de la publicité en aéroports a joué un rôle majeur dans la décision des aéroports de Francfort, Stockholm, Rome et Shanghai, qui disposaient auparavant de leur propre régie publicitaire, de s'associer à JCDecaux pour la gestion de leur publicité sur une période longue afin de maximiser leur chiffre d'affaires publicitaire par passager.

JCDecaux conçoit ses supports publicitaires afin de les intégrer au mieux dans l'architecture des terminaux d'aéroports et de fournir aux annonceurs la meilleure visibilité pour leurs campagnes publicitaires et le meilleur impact sur l'audience visée.

Le Groupe commercialise une large gamme de supports publicitaires de différents formats, ainsi que des stands de présentation et des faces situées sur les chariots à bagages. Situés aux points de convergence des passagers, tels que les zones d'enregistrement, les salles d'embarquement, les couloirs d'accès aux avions et les zones de livraison des bagages, ces supports permettent aux annonceurs de cibler leur audience à proximité des points de vente et des zones marchandes de l'aéroport. Par ailleurs, JCDecaux réalise des supports publicitaires sur mesure, tels que des reproductions de produits ou des toiles géantes, qui ont un impact maximal sur l'audience entrant ou sortant de l'aéroport.

Aéo®, premier média télévisuel dédié à la relation aéroport-passager

En 2003, JCDecaux Airport a inauguré "Aéo®", premier média télévisuel sans son, 100 % numérique, dédié à la relation passager-aéroport, testé au sein de l'aérogare 2E de Paris-Charles de Gaulle. En 2004, le Groupe a implanté plus de 100 écrans au sein des terminaux d'Orly Ouest et de Paris-Charles de Gaulle 2F. Dotée d'une ligne éditoriale autour du sport et de l'évasion, Aéo® diffuse de l'information en temps réel aux passagers, qu'il s'agisse d'actualité européenne ou mondiale ou d'informations concernant l'aéroport, ainsi que des écrans publicitaires. Dans les années à

venir, JCDecaux Airport devrait étendre la chaîne télévisuelle Aéo® à l'ensemble des aéroports de Paris pour atteindre un réseau constitué de plus de 300 écrans. Ce média à la pointe de l'innovation permet désormais au Groupe de se positionner non plus en simple opérateur publicitaire en aéroports, mais aussi en prestataire de services à part entière au bénéfice du passager aérien.

Ciblage et mesure d'audience du média aéroport

Pionnier de la mesure d'audience, JCDecaux a été le premier groupe de communication extérieure à développer un système de mesure d'audience spécifique aux aéroports (Radar) qui permet de répertorier l'emplacement des faces publicitaires, d'établir leur proximité avec les points de vente et de déterminer les caractéristiques socio-démographiques du public qui est susceptible de visualiser ces faces publicitaires. Grâce à cet outil, le Groupe est en mesure de proposer aux annonceurs des réseaux publicitaires qui ciblent un public particulier, tel que les passagers voyageant en première classe, les passagers des vols intérieurs ou les passagers des vols longs courriers internationaux.

Au cours de ces deux dernières années, une innovation majeure est intervenue sur le média aéroport en France, grâce au développement d'une étude de mesure d'audience à même de fournir aux annonceurs des données de performance du média par face ou par réseau. Média Aéroport Performances (MAP) est une étude qui permet désormais de quantifier précisément les différents profils de l'audience aéroport et de mesurer les performances de l'offre publicitaire grâce à un logiciel de média-planning adapté.

JCDecaux crée l'événement en aéroport

Afin de tirer parti de l'allongement des durées d'attente (plus d'une heure en moyenne) lié au renforcement des mesures de sécurité, JCDecaux Airport a également développé de nombreuses actions de marketing relationnel.

Ces actions visent à présenter, à faire tester des produits ou des services, ou à renseigner les passagers, en profitant de l'opportunité unique que constitue l'aéroport pour établir ce contact privilégié. Ces actions publicitaires événementielles participent à l'animation des aéroports.

En France, en 2004, JCDecaux Airport a réalisé deux actions de marketing relationnel particulièrement représentatives de cette évolution du média aéroport vers de nouvelles formes de communication. La marque Chanel, afin de promouvoir son nouveau parfum N° 5, a lancé une importante campagne événementielle dans les aéroports parisiens tout au long du mois de décembre. Deux boutiques de parfumerie 'habillées' pour l'occasion aux couleurs du N° 5 et un podium de 30 m² (le plus grand jamais réalisé dans un aéroport français) ont été installés. Le podium permettait aux passagers d'acheter des produits Chanel et était équipé d'un salon de maquillage.

Dans un tout autre domaine, Hitachi, lors de l'Euro 2004, a installé un podium mettant en scène ses nouveaux écrans plasma. Ces écrans ont retransmis au sein du terminal 2F de l'aéroport Paris-Charles de Gaulle l'intégralité des matchs de football.

4.2 La publicité dans les métros et autres systèmes de transit

Au 31 décembre 2004, le Groupe détenait plus de 150 contrats publicitaires dans les métros, trains, bus, tramways et trains rapides desservant certains aéroports à travers le monde.

4.2.1 Présence géographique

JCDecaux détient les contrats publicitaires des métros de Hong Kong, Santiago du Chili, Bilbao, Barcelone, Milan, Rome, Vienne, Prague et Oslo, et est titulaire des contrats publicitaires de l'Eurostar à Londres, des domaines d'Eurotunnel des deux côtés de la Manche, ainsi que de la ligne de train rapide desservant les aéroports d'Oslo et de Heathrow. Le Groupe détient le contrat de régie publicitaire du métro de Hong Kong pour les cinq lignes urbaines du réseau Mass Transit Railway (MTR) ainsi que le contrat du train express desservant l'aéroport (Airport Express). Avec plus de 841 millions de passagers par an, le métro de Hong Kong est l'un des plus importants au monde et constitue une base solide pour le développement de l'activité publicitaire du Groupe en Asie.

Le Groupe gère également de nombreux contrats publicitaires sur et dans les bus, tramways et trains à travers le monde, dont ceux des villes de Melbourne, Vienne, Oslo, Rome, Milan, Barcelone, Prague et Budapest, et dispose d'une couverture nationale en Italie et en Suède.

4.2.2 Les contrats dans les métros et autres systèmes de transit

La durée des contrats publicitaires du Groupe dans les métros se situe généralement entre trois et dix ans. Au 31 décembre 2004, la durée résiduelle moyenne (pondérée par le chiffre d'affaires 2004) des contrats du Groupe dans les métros et autres systèmes de transit était de quatre ans et quatre mois. Le montant des investissements initiaux et les coûts d'exploitation liés à l'entretien des supports publicitaires situés dans les métros, sont généralement inférieurs à ceux des contrats de mobilier urbain. Ainsi, JCDecaux reverse aux concédants une redevance variable, sous la forme d'un pourcentage du chiffre d'affaires publicitaire.

4.2.3 Audience et trafic

Le public des métros est comparable à celui de l'affichage et du mobilier urbain. Le Groupe utilise les mêmes techniques de géomarketing pour maximiser l'impact de ses réseaux publicitaires sur l'audience des métros et l'efficacité de son offre commerciale auprès des annonceurs.

Comme indiqué précédemment, l'efficacité de la mesure d'audience pour la publicité dans les transports s'améliore progressivement, au fur et à mesure que celle-ci s'intègre dans les systèmes de mesure mis en place, comme c'est le cas en Suède, en Irlande et au Royaume-Uni. Le Groupe estime que cette tendance devrait se généraliser dans les années à venir.

4.2.4 Ventes et marketing

En 2004, les médias de transit du Groupe ont connu un vif succès auprès des annonceurs, grâce à des actions de publicité événementielle particulièrement originales. Ainsi en Asie, la société HSBC a mis en scène sa gamme de produits à l'intérieur du métro de Hong Kong, le Mass Transit Railway. Trois mois durant, une exposition murale géante autour du thème floral illustre les produits HSBC au cœur des différentes stations du MTR : l'orchidée pour les cartes de crédit, la rose pour les contrats d'assurance, etc.

Enfin, par l'intermédiaire de sa filiale Gewista, JCDecaux commercialise avec succès de l'affichage électronique dans le métro de Vienne. Placés sur les quais du métro dans 34 stations et dans certaines rames, les écrans du système "Infoscreen" diffusent en permanence des programmes d'information, des dessins animés, des prévisions météorologiques, des divertissements et de la publicité, et touchent une audience hebdomadaire de 3 millions de personnes.

LES ANNONCEURS

1. LES PRINCIPAUX ANNONCEURS

Le Groupe JCDecaux s'efforce d'élargir en permanence son portefeuille de clients. Cette diversification constitue une opportunité de croissance et une forte protection face à la volatilité des budgets publicitaires de certaines catégories d'annonceurs. En 2004, seuls six annonceurs ont représenté plus de 1 % du chiffre d'affaires publicitaire consolidé du Groupe ; seul le chiffre d'affaires réalisé avec le groupe Unilever, en croissance par rapport à 2003, dépasse 2,0 % en raison du succès de l'alliance commerciale paneuropéenne conclue avec cet annonceur dès 2001.

Les dix premiers annonceurs du Groupe, qui représentent près de 12,0 % du chiffre d'affaires publicitaire consolidé, sont : Unilever, PSA, France Télécom, LVMH, Walt Disney Company, Vodafone Group, L'Oréal, Nestlé, Renault-Nissan et Hennes & Mauritz.

Répartition des annonceurs par secteur d'activité

Le tableau suivant illustre la répartition du chiffre d'affaires publicitaire du Groupe par secteur d'activité en 2003 et 2004 :

Secteur	2004	% du total	2003
Loisirs/divertissement/cinéma	15,0		14,0
Grande distribution	12,0		10,2
Agroalimentaire	9,4		8,9
Produits de luxe et de beauté	8,0		8,8
Automobile	7,5		8,5
Banque/finance	7,2		7,1
Mode	7,1		7,3
Services	6,9		5,3
Voyages	5,8		5,3
Télécoms/technologie	5,2		7,0
Vins et spiritueux	3,4		3,9
Administration	2,4		1,8
Bière	2,1		2,2
Tabac	1,3		1,6
Internet	0,9		1,0
Restaurants et autres	5,8		7,1
TOTAL	100 %		100 %

En 2004, les sociétés de loisirs et de cinéma ont continué de représenter la première catégorie d'annonceurs du Groupe, avec 15 % de son chiffre d'affaires publicitaire consolidé. Dans un marché des médias difficile, où les annonceurs ont de plus en plus de mal à émerger auprès de leur cible, la communication extérieure reste "le médium des médias". Soumis à une pression de plus en plus forte, les grands groupes de télévision, de cinéma, de radio et de presse ont de plus en plus recours à la communication extérieure pour faire leur promotion. Le groupe Walt Disney fait partie, pour la première fois, de nos dix premiers annonceurs. Vivendi Universal et Time Warner ont par ailleurs augmenté, de manière significative, leurs dépenses publicitaires avec le Groupe.

Le secteur de la grande distribution hors habillement, qui représente 12,0 % du chiffre d'affaires publicitaire consolidé en 2004, contre 10,2 % en 2003, a progressé de manière significative (+ 24 %) et demeure le deuxième secteur d'activité client du Groupe. La progression constante des investissements publicitaires des annonceurs de la grande distribution s'est confirmée dans tous les pays, y compris en France, où le chiffre d'affaires réalisé avec le groupe Carrefour a de nouveau fortement progressé, hissant ce groupe de distribution à la treizième place de notre portefeuille d'annonceurs. Les investissements publicitaires du groupe Mulliez (Auchan, Décathlon, Leroy Merlin, etc.) ont également progressé en 2004. La dérégulation limitée autorisant, depuis le 1^{er} janvier 2004, la publicité pour la grande distribution sur les chaînes câblées françaises n'a pas impacté négativement le chiffre d'affaires annuel du Groupe.

Les dépenses publicitaires des groupes agroalimentaires (Kraft, Cadbury Schweppes, etc.) et de produits ménagers (Unilever, Reckitt Benckiser, etc.) ont renoué avec la croissance en 2004 et ces secteurs d'activité ont représenté la troisième catégorie d'annonceurs du Groupe. Alors que la part de Danone dans le chiffre d'affaires publicitaire consolidé du Groupe avait diminué en 2003, ses dépenses en communication extérieure ont à nouveau augmenté en 2004.

Le chiffre d'affaires réalisé avec les grands groupes de produits de luxe et de beauté (L'Oréal, LVMH et Clarins) a évolué de façon contrastée selon les pays. En France, l'introduction de la loi Sarkozy a tiré les marges des groupes de produits de beauté vers le bas et a engendré une réduction de la plupart des budgets publicitaires. Le Groupe estime cependant que les effets de la loi Sarkozy devraient s'estomper en 2005. D'autres marchés de première importance, tels que le Royaume-Uni ou l'Espagne, ont affiché des signes de croissance encourageants dans ce secteur d'activité, tandis que les marchés allemands et italiens se sont montrés moins dynamiques. En revanche, sur la plupart des marchés, l'utilisation du média affichage par les marques de luxe ressort en hausse ; cette croissance n'a cependant pas été suffisante pour enrayer la diminution des investissements publicitaires dans la communication extérieure pour l'ensemble du secteur luxe et beauté.

Compte tenu des lancements de nouveaux véhicules toujours peu nombreux en 2004, les investissements publicitaires des constructeurs automobiles ont continué à décroître légèrement. Le secteur automobile reste néanmoins l'un des principaux viviers d'annonceurs de JCDecaux et le Groupe estime que les lancements plus nombreux de l'année 2005 devraient tirer vers le haut les dépenses publicitaires du secteur.

Le chiffre d'affaires publicitaire consolidé du Groupe généré par le secteur banque/finance ressort en hausse en 2004, porté par une forte concurrence entre les différents produits bancaires nationaux et par la globalisation du secteur financier. Certains marchés du Groupe, comme à Hong Kong, ont vu les investissements publicitaires des clients habituels progresser alors que d'autres pays ont bénéficié des dépenses de nouveaux annonceurs, comme Bank of

Austria en Autriche. Par ailleurs, certaines institutions financières ont investi dans des campagnes d'affichage à l'étranger : c'est le cas de Royal Bank of Scotland et de Western Union, respectivement en Allemagne et en Autriche.

Malgré une légère augmentation des dépenses publicitaires, la contribution des annonceurs du secteur de la mode dans le chiffre d'affaires du Groupe ressort en baisse en 2004. Après plusieurs années de croissance soutenue, la contribution de cette catégorie d'annonceurs semble désormais se stabiliser.

En 2004, la contribution du secteur des services dans le chiffre d'affaires du Groupe a bénéficié de l'évolution des campagnes publicitaires des opérateurs de téléphonie mobile. Elle est passée de 5,3 % en 2003 à 6,9 % en 2004. Les campagnes publicitaires de ces opérateurs, qui visaient jusqu'à présent à promouvoir de nouveaux produits de téléphonie, s'orientent désormais davantage vers la promotion de la marque et des réseaux. Parallèlement, cette évolution a eu pour conséquence une contribution plus faible du secteur équipement télécoms dans le chiffre d'affaires publicitaire consolidé du Groupe. En effet, les investissements publicitaires des marques de téléphones portables sont comptabilisés dans cette catégorie d'annonceurs. Toujours dans le secteur des services, le Groupe a constaté une tendance nouvelle, celle des entreprises publiques à utiliser le média affichage pour encourager et promouvoir un comportement responsable et citoyen en termes de consommation énergétique.

Les investissements publicitaires du secteur des voyages ont continué à progresser en 2004 et celui-ci reste un secteur d'activité important pour le Groupe, avec 5,8 % du chiffre d'affaires publicitaire consolidé.

Le secteur de l'administration, bien que constituant une catégorie d'annonceurs de plus faible importance pour le Groupe, a néanmoins progressé de 40 % en 2004, pour atteindre 2,4 % du chiffre d'affaires publicitaire consolidé. Cette performance s'explique en partie par les élections européennes et diverses élections nationales durant l'année, ainsi que par la volonté des gouvernements et des administrations locales d'utiliser le média affichage pour promouvoir des initiatives publiques.

En 2004, le niveau des dépenses publicitaires du secteur de la bière s'est maintenu à un niveau stable tandis que le chiffre d'affaires généré par le secteur des vins et spiritueux a décliné. Dans la plupart des pays, le débat sur la nécessité de restreindre la publicité pour l'alcool pour des raisons de santé a maintenu un certain niveau de pression sur les ventes. La contribution de la publicité pour les alcools (bière incluse) est passé de 6,1 % du chiffre d'affaires publicitaire en 2003 à 5,5 % en 2004. La publicité pour le tabac a continué de baisser et ne représente plus que 1,3 % du chiffre d'affaires publicitaire, contre 1,6 % en 2003. Cette évolution s'explique par le fait qu'un nombre croissant de pays de l'Union européenne a adopté des lois locales qui interdisent la publicité pour le tabac, notamment les Pays-Bas et la République tchèque.

Les investissements publicitaires des sociétés Internet ou des services liés à Internet ont légèrement diminué en 2004 et représentent 0,9 % du chiffre d'affaires publicitaire consolidé du Groupe.

Cyclicité et saisonnalité

Les investissements publicitaires des annonceurs sont étroitement liés aux conditions économiques générales. En période d'activité économique ralentie, les annonceurs réduisent leurs budgets publicitaires de façon proportionnellement plus importante que leurs autres investissements. En conséquence, l'activité du Groupe est dépendante du cycle économique. La localisation des réseaux de mobilier urbain en centre-ville leur confère un caractère exclusif pour les annonceurs, ce qui limite la volatilité due aux variations économiques. C'est la raison pour laquelle JCDecaux a réussi à maintenir une croissance du chiffre d'affaires de l'activité Mobilier Urbain lors de la récession qui a touché la France en 1994, 1995, 1996, 2001 et 2002.

L'activité Mobilier Urbain est également caractérisée par des délais de réservation de campagnes assez longs, de trois à quatre mois en moyenne, et qui peuvent atteindre un an pour certaines périodes de l'année, ce qui assure un lissage des conséquences des variations du cycle économique.

Traditionnellement, et en particulier en France, l'activité du Groupe est ralentie au cours des mois de juillet et août, ainsi qu'au cours des mois de janvier et février. Pour pallier ces ralentissements, le Groupe concède des remises sur les tarifs de ses espaces publicitaires en période estivale.

2. LES CONTRATS D'ACHAT D'ESPACE

Les contrats d'achat d'espace publicitaire sont généralement initiés par des centrales d'achat d'espace mandatées par les annonceurs, mais peuvent également être souscrits directement par les annonceurs eux-mêmes.

Le Groupe commercialise l'espace publicitaire situé sur ses mobiliers dont les faces sont regroupées en réseaux. Les campagnes d'affichage portent sur une durée de 7 à 28 jours (courte conservation) ou sur une période comprise entre 6 mois et 3 ans (longue conservation).

Les contrats conclus avec les annonceurs portent le plus souvent sur une seule campagne d'affichage et mentionnent les supports et la/les semaine(s) réservés, les prix unitaires, le budget total ainsi que le montant des taxes en vigueur. Les affiches sont fournies par les annonceurs. JCDecaux prépare lui-même chaque semaine ces affiches préalablement à leur distribution dans les agences régionales ou locales, et à leur pose sur l'ensemble du réseau.

Une fois la campagne réalisée, le Groupe contrôle que les faces affichées sur le terrain correspondent bien à celles qui étaient prévues au contrat. La facturation de la campagne publicitaire s'effectue en fonction du réel affiché.

3. JCDECAUX ONE STOP SHOP AU SERVICE DES ANNONCEURS INTERNATIONAUX

En 2000, JCDecaux a créé la filiale JCDecaux One Stop Shop, dont l'objectif est de simplifier le processus d'achat de campagnes internationales pour les annonceurs qui conçoivent leur stratégie média à l'échelle européenne. Situé à Londres, JCDecaux One Stop Shop a également pour vocation de coordonner la mise en place de partenariats avec les annonceurs internationaux dans les 45 pays où le Groupe est présent. Depuis sa création, JCDecaux One Stop Shop a réalisé de nombreuses campagnes paneuropéennes pour des clients tels que Levi's, Gap, Ford, Tommy Hilfiger, le Tourisme national grec ou Fox Films.

Les campagnes réalisées par JCDecaux One Stop Shop sont innovantes car elles tirent profit de toute la dimension créative et internationale de l'affiche, dont le langage est universel.

En 2002, JCDecaux One Stop Shop a signé une alliance commerciale paneuropéenne avec le groupe Unilever, premier annonceur de JCDecaux. Grâce à cet accord, le Groupe est devenu le partenaire privilégié pour les marques d'Unilever dans les 24 pays d'Europe compris dans le contrat de partenariat. Cet accord devrait générer plus de 100 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit plus que l'investissement potentiel sur cinq ans tel qu'il avait été estimé au moment de la signature du contrat. En 2003, JCDecaux a également signé une alliance commerciale paneuropéenne pour la communication extérieure du groupe Masterfoods. Conclu pour une durée de 4 ans, ce partenariat couvre les trois activités de Masterfoods – l'alimentaire, la confiserie et la nourriture pour animaux de compagnie – dont les campagnes publicitaires pourront être affichées sur les réseaux JCDecaux dans 16 pays européens.

Ces partenariats internationaux permettent au Groupe de renforcer l'attractivité de la communication extérieure auprès de ses principaux clients.

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Améliorer le cadre de vie, embellir les villes, maîtriser les consommations d'eau et d'énergie, réduire la pollution visuelle, recycler et valoriser les déchets mais aussi mettre en place une gestion dynamique des ressources humaines fondée sur le dialogue et la concertation : depuis de nombreuses années, JCDecaux affiche sa dimension d'entreprise responsable et citoyenne et la concrétise sur le terrain, de la conception des mobiliers jusqu'à ses relations avec ses collaborateurs, ses clients et ses fournisseurs.

Outre la protection de l'environnement, le Groupe s'engage dans des processus citoyens qui ont notamment pour but :

- de fédérer ses équipes autour de valeurs éthiques partagées par tous ;
- de proposer toujours plus de services aux citoyens ;
- d'agir en faveur de la sécurité dans les villes ;
- de faciliter l'accessibilité des handicapés aux infrastructures urbaines, avec des mobiliers et des services spécialement adaptés ;
- de soutenir des opérations de solidarité.

1. RESSOURCES HUMAINES

Répartis dans 45 pays, les collaborateurs de JCDecaux sont au cœur de la stratégie de développement du Groupe, dont ils partagent les valeurs fondamentales : professionnalisme, savoir-faire, transparence et intégrité. La Direction des Ressources Humaines de JCDecaux s'emploie à créer les conditions favorables à l'épanouissement et à la réalisation des ambitions de chacun de ses collaborateurs.

Évolution des effectifs

Au 31 décembre 2004, l'effectif total du Groupe s'élevait à 6 933 personnes, chiffre stable par rapport à 2003 (6 915 personnes). En Europe, JCDecaux a maintenu sa politique visant à contenir les effectifs, tout en optimisant son organisation et en renforçant ses leviers de productivité. En revanche, les effectifs des zones Amériques et Asie-Pacifique ont augmenté pour répondre aux besoins liés à la mise en place de nouveaux contrats (notamment à Chicago pour les États-Unis, à Séoul et à Bangkok pour la zone Asie-Pacifique). En outre, le Groupe a mené en 2004 une politique de renforcement de ses équipes commerciales et marketing afin de maintenir sa position de leader sur le marché (+ 66 collaborateurs).

Avec plus de 3 100 employés (dont 40 % de personnel terrain d'exploitation), la France représentait 45 % de l'effectif global du Groupe à la fin de l'exercice 2004. Plus de 1 800 personnes, soit près de 60 % des effectifs, sont basées en Ile-de-France et travaillent aux sièges de Plaisir et de Neuilly-sur-Seine, dans les ateliers de préparation des affiches et d'assemblage de Plaisir et de Maurepas et dans les cinq agences d'exploitation de la région parisienne. Les autres collaborateurs sont répartis de manière homogène dans 14 régions françaises.

Politique de recrutement

JCDecaux privilégie le recrutement en interne afin de favoriser la gestion des compétences. La " Bourse Emploi ", disponible sur l'intranet du Groupe et accessible à tous les collaborateurs, permet un accès facile aux informations relatives au recrutement. Ainsi en France, en 2004, 120 collaborateurs ont pu bénéficier d'un changement de fonction, soit 4 % de l'effectif.

Par ailleurs, JCDecaux privilégie les contrats à durée indéterminée (CDI) plutôt que le recours au travail temporaire ou à la sous-traitance. Cette politique est directement liée à l'exigence de qualité du Groupe, où priorité est donnée à la transmission du savoir-faire.

Organisation du temps de travail

En France, l'organisation du temps de travail des différentes entités du Groupe s'appuie sur un accord d'Aménagement et Réduction du Temps de Travail initialement signé en 1998 et actualisé en 2002. Cet accord prévoit que le temps de travail effectif de l'ensemble du personnel itinérant est de 35 heures, les autres collaborateurs bénéficiant de journées de Réduction de Temps de Travail. Pour les collaborateurs qui travaillent à temps partiel, la modulation du temps de travail est définie au cas par cas, en coordination avec la hiérarchie et la Direction des Ressources Humaines. Les heures supplémentaires conservent encore un caractère exceptionnel.

À l'étranger, chaque filiale est responsable de l'organisation du temps de travail, au regard et dans le respect de la législation locale.

Les conditions de travail

L'amélioration constante de la sécurité et des conditions de travail du personnel est un objectif prioritaire de JCDecaux. En 2004, le Groupe a renforcé ses efforts en matière de formation sécurité en dispensant plus de 10 000 heures de formation à près de 1 500 collaborateurs. La politique d'amélioration de la sécurité et des conditions de travail est pilotée par les Directions Techniques de chaque filiale au regard notamment des législations locales. Ainsi, en France, à l'initiative de la Direction de l'Exploitation, la sécurisation des conditions de travail en hauteur a été renforcée en 2004. Ce projet va se poursuivre en 2005. Par ailleurs, en janvier 2004, la filiale portugaise a obtenu la certification OHSAS 18001 pour son système de management de la santé et de la sécurité au travail mis en place pour l'ensemble de ses activités.

Politique salariale et cotisations sociales

En 2004, le groupe JCDecaux a procédé, en France, à des augmentations de salaire de l'ordre de 2,7 %. Cette évolution comprend des mesures générales et individuelles. Une attention particulière a été portée aux jeunes cadres.

La rémunération des collaborateurs est déterminée en fonction de grilles de salaire qui tiennent compte de critères objectifs tels que le type de poste, le niveau de qualification et l'expérience. Pour les cadres, une politique de rémunération variable associée à des objectifs individuels a été généralisée. Parallèlement, des primes de "performance qualité" sont mises en place pour le personnel itinérant afin d'encourager et de récompenser les résultats individuels.

Par ailleurs, le groupe JCDecaux se conforme à l'ensemble des obligations légales relatives aux cotisations afférentes aux rémunérations.

Un dialogue social équilibré

JCDecaux accorde une large place au dialogue social qui se déroule dans un cadre organisé et centralisé. Le Groupe s'efforce de rechercher, en toutes circonstances, la conclusion d'accords formels équitables pour les parties en présence. En France, cinq centrales syndicales sont représentées au sein de l'entreprise (CFDT, CGT, CFTC, FO, CGC). La concertation sociale s'articule autour d'un Comité Central d'Entreprise, de Comités d'Etablissement, et de commissions paritaires dédiées aux relations entre les collaborateurs et l'entreprise qui couvrent les aspects sécurité, mutuelle, prévoyance, épargne salariale et formation.

En 2004, quatre nouveaux accords ont été signés en France avec les partenaires sociaux : ces accords ont concerné les négociations salariales annuelles au sein de la société Avenir, l'aménagement des 35 heures sur les deux sites industriels de la région parisienne ainsi que l'accord d'intéressement 2004/2006 dont le niveau est indexé aux résultats de l'entreprise.

Des collaborateurs associés à la croissance de l'entreprise

Les principes d'intéressement des salariés aux bénéfices réalisés par JCDecaux sont propres à chaque filiale. En France, les accords d'intéressement aux bénéfices de l'entreprise concernent l'ensemble des salariés. Le montant total des sommes versées dans le cadre de l'intéressement et de la participation au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2004 s'élève à 6,1 millions d'euros. Le montant de l'intéressement et de la participation versé, pour la France, au titre des trois derniers exercices est le suivant :

En milliers d'euros	2004	2003	2002
Intéressement	6 097	5 758	5 637
Participation	47	33	39
Abondement	(1)	66	49
TOTAL	6 144	5 857	5 725

(1) Non disponible

Développer les compétences des collaborateurs

Depuis de nombreuses années, le développement du savoir-faire et de l'expertise des collaborateurs constitue un véritable capital stratégique pour le Groupe. En 2004, JCDecaux a renforcé sa politique ambitieuse de formation interne en créant la JCDecaux Media Academy. Véritable cursus dédié à l'expertise média, à la communication extérieure et à la vente des marques du Groupe, cette formation pointue s'adresse à l'ensemble des forces de vente qui développeront en 3 ou 4 ans une compétence commerciale de haut niveau et adaptée au secteur d'activité de JCDecaux.

Le centre de formation du Groupe situé à Plaisir, dans la région parisienne, propose une palette très large de formations couvrant l'ensemble des métiers du Groupe. En 2004, près de 3 000 stagiaires venus de toutes les régions de France et des filiales internatio-

nales du Groupe ont ainsi bénéficié de plus de 33 000 heures de formation, représentant un montant de formation de 1,83 millions d'euros.

Attirer les jeunes talents

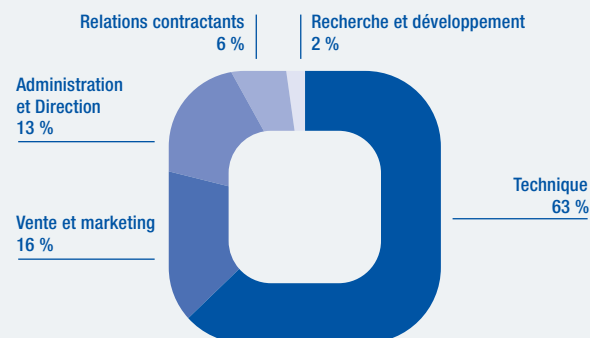
Afin de constituer un vivier de jeunes cadres à fort potentiel, JCDecaux a mis en place une politique de partenariat avec de nombreuses universités et grandes écoles. En France, en 2004, 135 stagiaires venus d'horizons divers ont effectué un stage en entreprise pour des périodes allant de quelques semaines à un an. Ces stages sont un excellent moyen de détecter les futurs potentiels et une source privilégiée pour le recrutement de débutants.

Emploi et insertion des personnes handicapées

JCDecaux se conforme à la législation en matière d'emploi et d'insertion des personnes handicapées. En France, le Groupe a reconduit en 2004 ses contrats de prestations de services avec un atelier protégé employant des personnes handicapées et a réalisé un audit portant sur leur insertion dans l'entreprise. Cet audit va permettre de développer en 2005 des solutions visant à favoriser l'emploi des personnes handicapées.

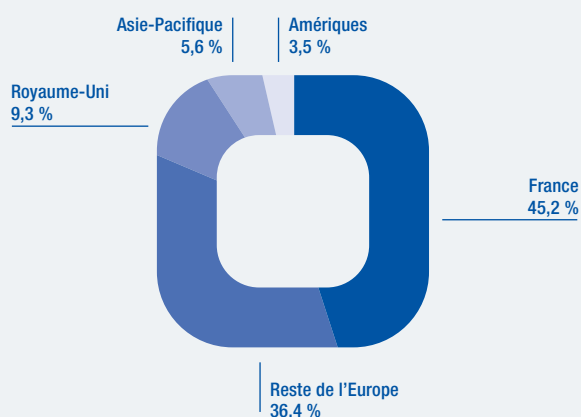
Répartition des effectifs par métier

au 31 décembre	2004	2003	2002
Technique	4 351	4 380	4 539
Vente et marketing	1 122	1 057	1 033
Administration et Direction	949	965	963
Relations contractants	420	406	420
Recherche et développement	91	107	124
TOTAL	6 933	6 915	7 079
Dont France	3 136	3 194	3 340
Hors France	3 797	3 721	3 739



Répartition des effectifs par zone

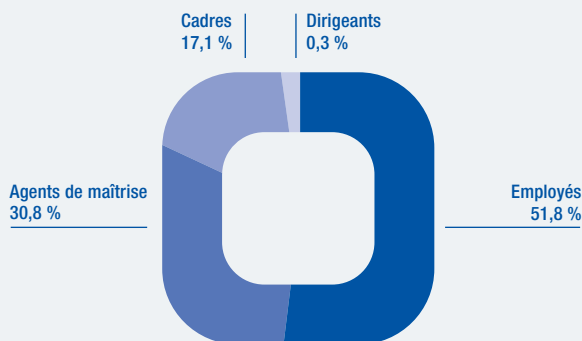
au 31 décembre	2004	2003	2002
France	3 136	3 194	3 340
Royaume-Uni	637	639	679
Reste de l'Europe	2 521	2 507	2 518
Amériques	247	218	198
Asie-Pacifique	392	357	344
TOTAL	6 933	6 915	7 079



Répartition des effectifs en France par catégorie

au 31 décembre	2004	2003	2002
Dirigeants	6 ⁽¹⁾	5	5
Cadres	538	530	523
Agents de maîtrise	966	870	865
Employés	1 626	1 789	1 947
TOTAL	3 136	3 194	3 340

(1) L'évolution du nombre de dirigeants est consécutive à un changement de méthode de comptabilisation lié à l'application de l'avenant 15 de la nouvelle convention collective de la publicité.



Charte Éthique de JCDecaux : priorité à l'intégrité

Suite à l'acquisition d'Avenir et pour faciliter l'intégration des collaborateurs des deux entités autour de valeurs communes, JCDecaux a adopté dès 2001 des règles de conduite dans les affaires sous la forme d'une Charte Éthique applicable à l'ensemble des collaborateurs du Groupe.

Cette Charte a été actualisée en 2004 et mise en œuvre début 2005. Elle est désormais déclinée en deux séries de règles :

- les Règles Éthiques Fondatrices dans le cadre desquelles s'inscrivent les relations avec l'administration, avec les actionnaires et avec les marchés financiers ; un Comité d'Éthique Groupe nouvellement créé a pour mission de veiller au respect de ces règles, parmi lesquelles l'interdiction de toute forme de corruption active ou passive, qui sont essentielles à l'existence et à la valorisation du Groupe ;
- un Code de Bonne Conduite abordant les relations avec les fournisseurs et les clients ainsi que les relations des collaborateurs au sein du Groupe. Les règles qui y figurent doivent être mises en œuvre au sein de chaque société du Groupe selon les réglementations nationales en vigueur. Leur respect relève de la responsabilité des directeurs du Groupe tant en France qu'à l'étranger.

En France, ce Code a d'ores et déjà été déployé suite à la mise en place d'un Comité Éthique Publicitaire visant à s'assurer de la conformité de certains visuels publicitaires litigieux (alcool, violence, pornographie indirecte, etc.) avec la réglementation applicable, la moralité, et l'image du Groupe.

Par ailleurs, une Charte Éthique Fournisseurs sera diffusée courant 2005 à l'attention des principaux fournisseurs du Groupe en France. Y seront notamment décrits les principes appliqués par le Groupe dans ses relations avec ses fournisseurs.

2. RELATIONS AVEC LES CLIENTS ET LES FOURNISSEURS

Une écoute permanente des clients

Le succès du Groupe est basé sur la qualité reconnue de ses produits et de ses prestations, ainsi que sur son aptitude à comprendre et anticiper les besoins de ses clients, qu'il s'agisse des villes, des collectivités locales, des sociétés de transport ou des annonceurs. Ce sens aigu de la qualité est conforté par la certification ISO 9001 de certaines filiales, notamment en France, en Espagne, au Portugal et en Irlande. L'écoute permanente des annonceurs est complétée par des enquêtes annuelles de satisfaction clients menées à l'initiative de chaque filiale.

Une centrale d'achats dédiée pour le Groupe

La Direction Industrielle, située à Plaisir (Yvelines, France), représente une véritable centrale d'achats pour le Groupe. Certifiée ISO 9001 depuis plus de 5 ans, elle est chargée de concevoir les mobiliers, d'acheter les sous-ensembles de mobiliers et de les assembler en vue de les livrer aux différentes filiales du Groupe. La majorité des mobiliers est assemblée par des sous-traitants. Cependant, les produits les plus complexes, tels que les sanitaires publics à entretien automatique et les colonnes Morris, sont assemblés par le Groupe. La Direction Industrielle approvisionne également, pour le compte des filiales, les différentes pièces de rechange et consommables nécessaires à l'entretien et la maintenance des mobiliers.

La fabrication des mobiliers et des supports d'affichage est réalisée par un grand nombre de fournisseurs. Les fournisseurs de la Direction Industrielle sont essentiellement des petites et moyennes entreprises françaises. En 2004, 80 % des achats de la Direction Industrielle ont été réalisés avec un peu plus de 70 fournisseurs, représentant 8 % du panel global de fournisseurs. En 2004, aucun fournisseur n'a représenté plus de 12 % des dépenses annuelles de fabrication. Ces fournisseurs sont sélectionnés en fonction de leur aptitude à répondre aux exigences économiques, de qualité, environnementales et éthiques du Groupe. Le Groupe audite périodiquement ses principaux fournisseurs, ce qui lui permet de tisser un véritable lien de partenariat alimenté par une dynamique de progrès.

Ces principes de sélection et de suivi des fournisseurs sont également appliqués par l'ensemble des filiales du Groupe qui s'assurent, préalablement au choix d'un fournisseur, que celui-ci respecte les principes éthiques du Groupe et les réglementations en vigueur, notamment en matière de conditions de travail et d'environnement.

3. RELATIONS AVEC LA SOCIÉTÉ CIVILE

Rendre la ville plus sûre pour le plus grand nombre

En tant qu'entreprise civilement responsable, JCDecaux conçoit et développe des solutions qui visent à rendre la vie en ville plus sûre, mieux adaptée et plus facile à vivre pour l'ensemble des citoyens. Depuis sa création et dans le cadre de ses relations avec les collectivités locales, le Groupe propose du mobilier urbain toujours plus innovant qui améliore la qualité de vie en ville dans le domaine des transports, de la communication, de l'information, de la sécurité et de l'accessibilité pour les handicapés.

En 2004, le bureau d'études JCDecaux a développé une nouvelle génération de sanitaires, au design conçu pour une parfaite intégration dans le paysage urbain. Ce nouveau sanitaire intègre les dernières technologies permettant d'améliorer l'accessibilité aux personnes handicapées. Les premiers exemplaires de ces sanitaires ont été installés en 2004 dans la ville de Calais.

JCDecaux, partenaire des grandes causes

Depuis sa création, JCDecaux s'est engagé activement auprès de nombreuses associations humanitaires et caritatives au service de grandes causes telles que la lutte contre la maladie, la préservation de l'environnement, la protection des populations les plus déshéritées ou encore la sécurité routière. Chaque jour, JCDecaux et ses collaborateurs se mobilisent pour améliorer et contribuer au bien-être du plus grand nombre. En 2004, le Groupe a affiché gracieusement près de 30 000 faces sur ses réseaux pour soutenir ces différentes causes.

Parmi les campagnes affichées gracieusement par le Groupe en 2004 et visant à recueillir des fonds pour la recherche contre la maladie, on retiendra les campagnes de l'association "A chacun son Everest", la campagne de sensibilisation sur le cancer du sein parrainée par le Groupe Estée Lauder ou encore la campagne de l'association "Open du Cœur" destinée à aider les enfants défavorisés, malades ou handicapés. Par ailleurs, JCDecaux participe depuis plus de dix ans, en partenariat avec les associations "Solidarité Sida" et "Aides", à des actions récurrentes de lutte contre le sida.

JCDecaux soutient également activement la préservation de l'environnement. Le Groupe a reconduit en 2004 son soutien à la Fondation Nicolat Hulot et a renouvelé, pour la sixième année consécutive, sa contribution à l'opération "Vacances propres" dont l'objectif est de sensibiliser les vacanciers au respect de l'environnement dans les sites de villégiature.

Des valeurs citoyennes qui impliquent l'ensemble des collaborateurs de JCDecaux

En 2004, JCDecaux et ses collaborateurs se sont mobilisés, pour la troisième année consécutive, autour de l'Association Française contre les Myopathies (AFM) et du Téléthon. Pendant toute une semaine, plus de 400 collaborateurs bénévoles ont offert leur temps et leur expérience au profit de ce combat contre la maladie. L'implication de JCDecaux s'est aussi traduite par la mise à disposition de 100 véhicules (grues, nacelles, camions, etc.) pour répondre aux besoins logistiques du Téléthon. Les différentes initiatives menées par les collaborateurs du Groupe ont permis de récolter plus de 60 000 euros au profit du Téléthon.

4. ENVIRONNEMENT

Acteur majeur de l'embellissement des villes, JCDecaux participe activement à la protection de l'environnement urbain. Le Groupe a mis en place un programme complet d'actions destinées à préserver l'environnement : conception de mobiliers dédiés à la collecte de déchets, recyclage des mobiliers en fin de vie et réduction de la consommation d'énergie, eau et matières premières, tant en amont qu'en aval de la chaîne de production.

L'audit environnemental interne a confirmé que les activités du Groupe ne présentent pas de caractère polluant, mais que le niveau de maîtrise des risques potentiels d'atteinte à l'environnement pouvait toutefois être amélioré. De ce fait, le Groupe s'est doté d'une

cellule "Environnement" dont la vocation est de mettre en application un programme d'actions environnementales destiné à réduire le niveau de risque potentiel, tout en améliorant la performance environnementale du Groupe.

Enjeux	Objectifs	Actions
Améliorer la qualité de vie en ville	Améliorer l'environnement urbain	<ul style="list-style-type: none"> • "Dédensification" du patrimoine par utilisation de panneaux déroulants. • Création de mobiliers multifonctionnels : abribus intégrant des récupérateurs de verre, colonnes Morris dotées de cabines téléphoniques, etc.
	Aider à la collecte des déchets	<ul style="list-style-type: none"> • Création de mobiliers de collecte sélective de déchets pour piles, verre, papiers.
	Contribuer à modifier le comportement des citoyens	<ul style="list-style-type: none"> • Affichage à titre gracieux de campagnes d'information en faveur de la protection de l'environnement. • Mise à disposition de vélos pour faciliter le déplacement dans les villes.
Réduire les consommations en eau, énergie et matières premières	Réduire les consommations en eau	<ul style="list-style-type: none"> • Recyclage systématique de l'eau utilisée pour le nettoyage automatique du plancher des sanitaires.
	Réduire les consommations en énergie	<ul style="list-style-type: none"> • Utilisation systématique de ballasts électroniques pour les dispositifs d'éclairage des mobiliers (gain d'énergie de l'ordre de 25 %). • Utilisation pour l'éclairage de certains mobiliers de tubes fluorescents haut rendement (type T5) générant des gains d'énergie de l'ordre de 20 à 40 %. • Généralisation des systèmes de temporisation de l'éclairage dans les zones de passage des bâtiments du Groupe. • Lancement d'un programme de réduction des consommations en carburant des véhicules.
	Recourir aux énergies renouvelables	<ul style="list-style-type: none"> • Utilisation de capteurs solaires permettant l'éclairage de certains mobiliers urbains.
	Préserver la biodiversité	<ul style="list-style-type: none"> • Contrôle de l'origine des bois utilisés afin d'éviter l'utilisation d'espèces végétales protégées.
Maîtriser les déchets industriels	Réduire les déchets industriels	<ul style="list-style-type: none"> • Recyclage des mobiliers en fin de vie. • Optimisation du conditionnement des produits et pièces détachées par l'utilisation de racks métalliques réutilisables pour le stockage et le transport. • Utilisation de tubes fluorescents "longue durée" pour réduire la fréquence de changement de ces tubes. • Développement d'une nouvelle méthode de nettoyage à base d'eau déminéralisée permettant de supprimer l'usage de produits détergents.
	Trier et valoriser les déchets	<ul style="list-style-type: none"> • Tri sélectif des déchets industriels et traitement par des filières agréées. • Recyclage des affiches en fin de vie. • Recyclage des ordinateurs en fin de vie.

Le vélo : une réponse écologique aux déplacements urbains
Après avoir installé en 2003 une première génération de système automatisé de location de vélos à Vienne (Autriche), Cordoue et Gijon (Espagne), JCDecaux a gagné en octobre 2004 le contrat de mobilier urbain du Grand Lyon, qui prévoit notamment la mise à disposition de 2 000 à 4 000 vélos pour les habitants et touristes de l'agglomération lyonnaise, et ce afin d'y favoriser les déplacements "doux". Les premiers vélos seront installés dès le printemps 2005. Avec ce contrat, JCDecaux devient le numéro un mondial du vélo en libre service.

Énergie solaire : plus de 1 000 abribus solaires installés au Royaume-Uni d'ici 2005

La capacité d'innovation de JCDecaux est également mise au service de l'environnement. En collaboration avec Solarcentury, société anglaise spécialisée dans la recherche en énergie solaire, JCDecaux a développé un abribus non publicitaire équipé de panneaux solaires qui peut rester éclairé la nuit sans consommer d'électricité. Les premiers abribus de ce type ont été installés à l'automne 2003 dans la ville de Plymouth. Depuis cette date, de nouveaux contrats ont été signés avec les villes de Stoke-on-Trent, Watford, Nottingham et Leicester, ce qui portera, d'ici 2005, à plus de 1 000 le nombre total d'abribus solaires installés au Royaume-Uni.

Ce système d'abri solaire est également installé ponctuellement en France, en Australie et aux États-Unis.

Des recherches permanentes pour réduire les consommations électriques des mobiliers

Après la mise en place systématique, pour l'ensemble des mobiliers éclairés, de ballasts électroniques générant une économie d'énergie de l'ordre de 25 %, le bureau d'études de JCDecaux a développé en 2004, pour certains mobiliers, un nouveau système d'éclairage intégrant des tubes fluorescents haut rendement permettant de générer un gain supplémentaire d'énergie de 20 à 40 %. Cette nouvelle génération de tubes fluorescents équipera dorénavant tous les mobiliers d'affichage grand format et les colonnes Morris qui seront fournis par la Direction Industrielle.

Un programme d'actions visant à réduire la consommation en carburant des véhicules

Après un programme pilote mené avec succès depuis plus de deux ans par la filiale espagnole, JCDecaux a lancé en France, fin 2004, un programme d'actions visant à réduire la consommation en carburant de ses 2 000 véhicules. Ce programme consiste notamment à modifier le comportement des conducteurs au volant à travers la mise en place d'un guide de conduite et de stages de formation

comprenant une phase pratique et une phase théorique. Ce programme sera déployé à l'ensemble des agences françaises courant 2005.

Un tri sélectif systématique des déchets

JCDecaux porte une attention particulière, à tous les stades, à la maîtrise des déchets générés par ses activités. Un tri sélectif des déchets est effectué par la mise en place, au niveau de chaque site de production et d'exploitation, de bennes à ordures spécifiquement dédiées à la récupération des affiches, des tubes fluorescents, des déchets d'emballage, du fer, de l'aluminium, des gravats et autres déchets banals. L'ensemble des déchets ainsi récupérés est acheminé vers des centres de traitement agréés afin d'être valorisés. En 2004, le Groupe a consacré plus d'un million d'euros à l'élimination de ses déchets.

Provisions, garanties et indemnités pour risque environnemental

Les installations du Groupe ne sont pas soumises à obligation de garanties financières propres à assurer la surveillance d'un site ainsi que toute intervention nécessitée par un risque de pollution. Aucune décision judiciaire liée à un dommage causé à l'environnement n'a été prise à l'encontre du Groupe en 2004.

RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

Le succès de JCDecaux repose sur sa politique ambitieuse en matière de recherche et de développement qui s'est traduite, depuis l'origine du Groupe, par une capacité unique à innover sur le marché de la communication extérieure et à développer de larges gammes de mobiliers et supports publicitaires pour créer la ville de demain.

Le Groupe confie à des architectes et des designers de renommée internationale, parmi lesquels Philippe Starck, Sir Norman Foster, Robert A.M. Stern, Mario Bellini, Martin Szekely, Jean-Michel Wilmotte, etc., la création de ses mobiliers conçus comme des produits innovants et de haute qualité. Les contrats signés avec ces architectes prévoient la conception (design) des mobiliers, la cession des droits d'auteur à la société et comportent des clauses d'exclusivité qui interdisent aux architectes et aux designers de réaliser des mobiliers de même catégorie pour des tiers.

Esthétisme et fonctionnalité sont au cœur du concept de mobilier urbain de JCDecaux. Le Groupe dispose de services intégrés, dont un bureau d'études et un service d'arts graphiques sur lesquels il s'appuie pour développer de nouveaux produits. Conformément aux normes en vigueur, JCDecaux s'efforce de rassembler un maximum de fonctionnalités dans les supports publicitaires qu'il développe afin de minimiser l'encombrement de la voie publique et de multiplier les services aux citoyens.

Le Groupe attache une importance primordiale au respect de l'environnement et de la culture des villes où il exerce ses activités. Dans chaque pays, JCDecaux fait appel à des architectes nationaux afin de concevoir des mobiliers qui s'intègrent harmonieusement dans l'architecture locale et qui s'adaptent aux caractéristiques et à la culture de chaque ville. C'est ainsi que JCDecaux a remporté en 2004 deux appels d'offres de premier plan : celui du Grand Lyon avec les mobiliers dessinés par l'architecte lyonnais Jean-Yves Arrivet et celui de Yokohama au Japon avec les mobiliers dessinés par l'architecte japonais GK Sekkei.

En 2004, JCDecaux a poursuivi ses efforts de recherche et de développement en matière d'accessibilité pour tous, qui visent à rendre la ville plus accessible et plus facile à vivre pour les personnes handicapées grâce à des produits adaptés : un nouveau sanitaire accessible à tous est venu compléter la gamme existante et devrait rapidement prendre une part de marché importante, compte tenu de ses nouvelles fonctionnalités et de son prix attractif.

Le Groupe a accéléré la phase d'installation dans les aéroports de son nouveau produit Aéo®, premier média télévisuel sans son, 100 % numérique, entièrement dédié à la relation passager-aéro-

port. Plus d'une centaine de ces nouveaux mobiliers sont maintenant en place dans les aéroports de Roissy et Orly et il est prévu d'étendre encore la nouvelle chaîne télévisuelle Aéo® pour atteindre un réseau constitué de plus de 250 écrans. Ce produit innovant a joué un rôle essentiel dans la capacité du Groupe à renouveler le contrat qui le lie aux Aéroports de Paris.

Après avoir installé une première génération de système automatisé de location de vélos à Vienne, Gijon et Cordoue, le Groupe a développé une deuxième génération innovante sur le plan technologique (solidité et sécurisation des vélos, système de location et de paiement), offrant de nombreux services supplémentaires aux usagers, à la ville et aux exploitants. Ce système a joué un rôle capital dans la capacité du Groupe à renouveler le contrat de mobilier urbain du Grand Lyon : plus de 2 000 vélos devront ainsi être mis à la disposition des Lyonnais avant fin 2005. D'autres villes importantes viennent de manifester un grand intérêt pour ce nouveau service.

Prendre en compte le développement durable fait aussi partie des préoccupations permanentes du Groupe. C'est ainsi que le plus grand réseau d'abribus fonctionnant à l'énergie solaire a vu le jour au Royaume-Uni, avec plus de 500 abris déjà installés.

Afin de s'adapter à des conditions de marché difficiles, le Groupe a mené une politique ambitieuse de développement qui concilie diversité des designs, standardisation maximale de ses composants de base, et rationalisation des coûts de production. Sa nouvelle gamme de mobiliers Hydra® a déjà été choisie par plus de 20 villes dans le monde.

Avec un bureau d'études et une Direction des Arts Graphiques intégrés, JCDecaux dispose de tous les atouts et d'une force de frappe importante pour répondre rapidement à tous les appels d'offres et concevoir des mobiliers innovants, parfaitement adaptés au cahier des charges de ses clients.

Au cours des trois dernières années, JCDecaux a consacré des efforts importants à la recherche et au développement (7,7 millions d'euros en 2004, 8,3 millions d'euros en 2003 et 9,8 millions d'euros en 2002), tout en veillant à optimiser davantage chaque année ses gammes de produits et ses efforts de recherche.

Les 7,7 millions d'euros de dépenses de recherche et développement de l'année 2004, ont été engagés en France pour l'essentiel (7,3 millions d'euros) et dans le cadre de l'activité Mobilier Urbain pour la quasi-totalité (7,6 millions d'euros).

La politique d'investissement du Groupe, ainsi que ses principaux investissements réalisés et futurs, sont indiqués en page 51 du présent document.

LES ÉTATS FINANCIERS

Commentaires sur les comptes consolidés 40

Commentaires sur les comptes 40

Évolution récente et perspectives 50

Politique d'investissement 51

Comptes consolidés et annexe 52

Bilan 52

Compte de résultat 53

Tableau des flux de trésorerie 54

Annexe aux comptes consolidés 55

Commentaires sur le passage aux normes IFRS et impacts chiffrés 80

Description de la conduite du projet 80

Champ d'application des normes IFRS - options retenues dans le cadre de l'application d'IFRS 1 80

Explications de la transition aux IFRS 81

Commentaires sur les comptes sociaux 93

Commentaires sur l'activité 93

Commentaires sur les comptes 93

Évolution récente et perspectives 93

Comptes sociaux et annexe 94

Bilan 94

Compte de résultat 96

Annexe aux comptes sociaux 97

COMMENTAIRES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

I. COMMENTAIRES SUR LES COMPTES

La lecture des commentaires ci-dessous concernant la situation financière et les résultats du Groupe doit s'accompagner de celle des états financiers consolidés audités, des annexes et autres informations financières incluses dans le présent Document de Référence. Les états financiers ont été préparés conformément aux principes comptables généralement admis en France.

Introduction

Le chiffre d'affaires du Groupe provient principalement de la vente d'espaces publicitaires, dans le cadre des trois activités suivantes : la publicité sur le mobilier urbain ("Mobilier Urbain"), l'affichage grand format ("Affichage") et la publicité dans les transports ("Transport"). Le Groupe exerce également une activité minoritaire de vente, location et entretien de mobiliers urbains, dont la part relative tend à diminuer.

De sa création en 1964 à 1999, le développement du Groupe s'est fait principalement par croissance interne et le Mobilier Urbain a représenté l'activité principale de JCDecaux. En 1999, JCDecaux a acquis le pôle Média Communication publicité Extérieure (ou pôle Avenir) du groupe Havas et a ainsi étendu ses activités de communication extérieure à l'Affichage et à la Publicité dans les transports. Depuis 2001, le Groupe a poursuivi son développement par croissance interne et externe en menant à bien des opérations d'acquisition et de partenariat dans plusieurs pays d'Europe.

Synthèse de l'activité sur la période 2002-2004

Le chiffre d'affaires de l'activité Mobilier Urbain a progressé de 5,7 % en 2004, après avoir enregistré un recul de 0,4 % en 2003 et une croissance de 5,3 % en 2002. À périmètre et taux de change constants, le chiffre d'affaires a augmenté de 5,3 % en 2004, faisant

suite à une progression de 1,4 % en 2003 et de 5,3 % en 2002. L'EBITDA⁽¹⁾ de l'activité Mobilier Urbain continue d'être en forte progression et a atteint 43,5 % du chiffre d'affaires de cette activité en 2004, contre 41,6 % en 2003 et 40,5 % en 2002. Le résultat d'exploitation a représenté 26,0 % du chiffre d'affaires de cette activité en 2004, contre 24,3 % en 2003 et 22,5 % en 2002.

Le chiffre d'affaires de l'activité Affichage a progressé de 1,4 % en 2004, après avoir reculé de 3,4 % en 2003, et augmenté de 7,6 % en 2002. À périmètre et taux de change constants, le chiffre d'affaires a progressé de 4,4 % en 2004, après avoir reculé de 0,1 % en 2003 et augmenté de 2,8 % en 2002. L'EBITDA⁽¹⁾ de l'Affichage a atteint 13,8 % du chiffre d'affaires de cette activité en 2004, contre 12,7 % en 2003 et 12,5 % en 2002. Le résultat d'exploitation a représenté 6,5 % du chiffre d'affaires de cette activité en 2004, contre 4,8 % en 2003 et 5,2 % en 2002.

Le chiffre d'affaires de l'activité Transport a progressé de 12,0 % en 2004, après avoir reculé de 5,3 % en 2003 et de 11,6 % en 2002. À périmètre et taux de change constants, le chiffre d'affaires a augmenté de 11,5 % en 2004, après avoir enregistré une hausse de 3,2 % en 2003 et une baisse de 13,0 % en 2002. L'EBITDA⁽¹⁾ de l'activité Transport a représenté 6,5 % du chiffre d'affaires de cette activité en 2004, contre 5,0 % en 2003 et 3,3 % en 2002. Il en a résulté un résultat d'exploitation représentant 4,4 % du chiffre d'affaires de cette activité en 2004 contre 2,3 % en 2003. En 2002, une perte d'exploitation de 0,3 % du chiffre d'affaires avait été enregistrée.

Le tableau suivant présente en synthèse le chiffre d'affaires, l'EBITDA, la marge d'EBITDA, le résultat d'exploitation et la marge d'exploitation de chacune des trois activités du Groupe sur la période 2002-2004.

(1) Résultat d'exploitation avant dotations aux amortissements et provisions d'exploitation nettes des reprises ou *Earnings Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortisation*.

Exercice clos au 31 décembre

En millions d'euros, sauf pourcentages

	2004	2003	2002
MOBILIER URBAIN			
Chiffre d'affaires			
- Publicité	794,1	739,4	724,7
- Vente, location et entretien	90,9	97,6	115,6
Total	885,0	837,0	840,3
EBITDA	384,8	348,5	340,3
Marge s/EBITDA	43,5 %	41,6 %	40,5 %
Résultat d'exploitation	230,0	203,3	189,2
Résultat d'exploitation/chiffre d'affaires	26,0 %	24,3 %	22,5 %
AFFICHAGE			
Chiffre d'affaires	433,6	427,6	442,6
EBITDA	59,9	54,4	55,4
Marge s/EBITDA	13,8 %	12,7 %	12,5 %
Résultat d'exploitation	28,0	20,4	22,9
Résultat d'exploitation/chiffre d'affaires	6,5 %	4,8 %	5,2 %
TRANSPORT			
Chiffre d'affaires	312,8	279,2	294,8
EBITDA	20,5	14,0	9,6
Marge s/EBITDA	6,5 %	5,0 %	3,3 %
Résultat d'exploitation	13,6	6,4	-1,0
Résultat d'exploitation/chiffre d'affaires	4,4 %	2,3 %	-0,3 %
TOTAL GROUPE			
Chiffre d'affaires	1 631,4	1 543,8	1 577,7
EBITDA	465,2	416,9	405,3
Marge s/EBITDA	28,5 %	27,0 %	25,7 %
Résultat d'exploitation	271,6	230,1	211,2
Résultat d'exploitation/chiffre d'affaires	16,7 %	14,9 %	13,4 %

Lorsqu'elles sont engagées sur plusieurs activités, les sociétés du Groupe sont rattachées à leur activité dominante. Dans le cas où les activités minoritaires sont significatives, le chiffre d'affaires, l'EBITDA et le résultat d'exploitation des sociétés concernées sont alloués aux différentes activités exercées. L'évolution du portefeuille d'activités peut ainsi amener le Groupe à ajuster en conséquence l'allocation des sociétés sur les activités.

1. CHIFFRE D'AFFAIRES

1.1 Définitions

Le chiffre d'affaires publicitaire généré par les réseaux publicitaires du Groupe dépend de trois facteurs principaux :

- **Les réseaux**

Le Groupe commercialise des réseaux qui regroupent les faces publicitaires situées sur ses mobiliers et sur ses autres supports d'affichage et facture les annonceurs en fonction de la taille et de la qualité de ses réseaux publicitaires. Si l'augmentation du nombre de faces liée à l'installation de nouveaux supports publicitaires dans le cadre de gains de

concessions ou à la mise en place de supports déroulants, ou, inversement, la diminution du nombre de faces liée à la perte d'une ou de plusieurs concessions, ont une incidence sur la tarification des réseaux, il n'y a pas de corrélation directe entre l'évolution du nombre de faces publicitaires d'un réseau et l'évolution de son chiffre d'affaires, et ce, en raison de la dimension qualitative des réseaux.

- **Les tarifs**

Le Groupe s'efforce de pratiquer des tarifs qui reflètent la qualité supérieure de ses supports publicitaires, qui sont généralement situés au cœur des villes et aux meilleurs emplacements et qui, regroupés en réseaux, permettent aux annonceurs d'optimiser l'émergence de leurs campagnes publicitaires. Les tarifs pratiqués dépendent donc de la qualité des supports, de leur emplacement, de la taille du réseau et, plus généralement, de la conjoncture globale du marché publicitaire et de l'économie.

- **Le taux d'occupation**

Le taux d'occupation est une notion commerciale qui se définit comme la proportion du chiffre d'affaires réalisé par un réseau par rapport au potentiel de chiffre d'affaires de ce réseau.

1.1.1 Croissance interne et croissance externe

La croissance interne du Groupe correspond à la croissance du chiffre d'affaires hors acquisitions, prises de participation et cessions d'actifs, à taux de change constants, et inclut le chiffre d'affaires lié au gain de nouvelles concessions. La croissance externe correspond à la croissance interne augmentée du chiffre d'affaires généré par les sociétés acquises et par les sociétés nouvellement intégrées au périmètre de consolidation (dans le cadre d'opérations de partenariat), et diminuée de l'impact négatif sur le chiffre d'affaires des cessions d'actifs, et de l'impact du change.

1.1.2 Chiffre d'affaires publicitaire

Le chiffre d'affaires provenant de la vente d'espaces publicitaires est présenté sur une base nette, après déduction des remises commerciales. Pour l'activité Affichage, dans certains pays, des commissions sont versées par le Groupe aux agences de publicité et aux centrales d'achat d'espace publicitaire lorsque celles-ci jouent le rôle d'intermédiaire entre le Groupe et les annonceurs. Ces commissions sont alors déduites du chiffre d'affaires. Pour les contrats où le Groupe paie une redevance variable, ou reverse une partie de ses recettes publicitaires aux concédants, le Groupe comptabilise en chiffre d'affaires les recettes publicitaires avant les reversements aux concédants et comptabilise les redevances ou la partie du chiffre d'affaires reversée en charges d'exploitation.

1.1.3 Chiffre d'affaires non publicitaire

Outre la commercialisation d'espaces publicitaires situés sur ses mobiliers, le Groupe exerce, essentiellement en France et au Royaume-Uni, une activité de vente, location et entretien de mobilier urbain dont le chiffre d'affaires est comptabilisé dans l'activité Mobilier Urbain.

1.2 Évolution du chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires du Groupe s'est élevé à 1 631,4 millions d'euros en 2004. L'appréciation de l'euro par rapport aux principales devises non européennes (États-Unis, Singapour, Hong Kong) a entraîné un impact de change négatif de 13,1 millions d'euros sur le chiffre d'affaires 2004. À périmètre et taux de change constants, la croissance interne du chiffre d'affaires s'est élevée à 6,2 % en 2004, après une progression de 1,3 % en 2003 et de 0,7 % en 2002. Cette performance reflète la forte croissance interne observée dans toutes les activités, en particulier sur le segment Transport, qui a affiché une croissance interne de 11,5 %.

1.2.1 Chiffre d'affaires par activité

Mobilier Urbain

Le chiffre d'affaires total de l'activité Mobilier Urbain s'est élevé à 885,0 millions d'euros en 2004, contre 837,0 millions d'euros en 2003, soit une progression de 5,7 %, faisant suite à une baisse de 0,4 % en 2003. L'effet de change a entraîné un impact négatif de 3,9 millions d'euros sur le chiffre d'affaires du Mobilier Urbain.

Les acquisitions ont contribué à la croissance du chiffre d'affaires de l'activité Mobilier Urbain pour 4,4 millions d'euros, du fait de l'acquisition d'Alma Quattro en Serbie-Monténégro, intervenue en cours d'année 2003 mais ayant un plein effet sur 2004, et de la montée du Groupe dans le capital d'Unicom (pays Baltes) en 2004.

Par ailleurs, des reclassements d'activités minoritaires, précédemment comptabilisées dans l'activité majoritaire des filiales auxquelles elles se rattachaient, ont été opérés pour tenir compte de la restructuration de certaines filiales ou du développement de certains contrats. Ces reclassements, qui ont eu un impact positif de 3,5 millions d'euros sur le segment Mobilier Urbain en 2004, ont été neutralisés dans les données de croissance interne de chiffre d'affaires.

• Chiffre d'affaires publicitaire

Le chiffre d'affaires publicitaire a augmenté de 7,4 % en 2004, faisant suite à une progression de 2,0 % en 2003 et de 5,5 % en 2002.

À périmètre et taux de change constants, la croissance interne du chiffre d'affaires publicitaire de l'activité Mobilier Urbain a été de 6,9 % sur l'année 2004. L'activité Mobilier Urbain a bénéficié d'un marché publicitaire porteur dans la plupart des pays européens, ce qui s'est traduit par une forte croissance au Royaume-Uni et au Portugal, où le Groupe a su tirer profit des investissements publicitaires liés à l'Euro 2004 de football. En France et en Espagne, la progression du chiffre d'affaires publicitaire a été modérée. En Allemagne et aux Pays-Bas, le chiffre d'affaires a renoué avec la croissance après une année 2003 difficile. En Amérique du Nord et en Asie-Pacifique, le chiffre d'affaires a atteint une croissance à deux chiffres, soutenu par la montée en puissance commerciale des nouveaux contrats à Chicago, Vancouver, Séoul, Bangkok et dans les centres commerciaux au Japon.

En 2004, le taux d'occupation de l'activité Mobilier Urbain s'est stabilisé à 73 % sur l'ensemble de l'activité, au même niveau que 2003. Ce taux d'occupation s'élevait à 76 % en 2002.

• Chiffre d'affaires non publicitaire

Le chiffre d'affaires lié à la vente, à la location et à l'entretien de mobilier urbain s'est élevé à 90,9 millions d'euros en 2004, contre 97,6 millions d'euros en 2003, soit une baisse de 7,0 %, faisant suite à un recul significatif de 15,6 % entre 2002 et 2003. Cette évolution s'inscrit dans le cadre de la politique du Groupe qui souhaite se concentrer sur ses métiers principaux et a choisi de ne pas renouveler certains contrats.

Affichage

Le chiffre d'affaires de l'activité Affichage s'est élevé à 433,6 millions d'euros en 2004, contre 427,6 millions d'euros en 2003, et 442,6 millions d'euros en 2002, soit une progression de 1,4 % en 2004, faisant suite à une baisse de 3,4 % en 2003.

L'effet de change a eu un impact positif de 2,3 millions d'euros sur le chiffre d'affaires, principalement du fait de la légère appréciation de la livre sterling par rapport à l'euro.

Aucune opération de croissance externe n'a impacté le périmètre de l'Affichage en 2004. Des reclassements d'activités minoritaires, pré-

cédemment comptabilisées dans l'activité majoritaire des filiales auxquelles elles se rattachaient, ont été effectués pour tenir compte de la restructuration de certaines filiales ou du développement de certains contrats. Ces reclassements, qui ont eu un impact négatif de 15,2 millions d'euros sur le segment Affichage en 2004, ont été neutralisés dans les données de croissance interne de chiffre d'affaires.

À périmètre et taux de change constants, le chiffre d'affaires a progressé de 4,4 % en 2004, après un léger recul en 2003 (-0,1 %). La reprise des investissements publicitaires en Europe a permis au Portugal, à l'Italie ainsi qu'à la plupart des pays d'Europe centrale de réaliser une croissance interne à deux chiffres. L'activité a progressé à un rythme soutenu au Royaume-Uni. Quant à la France et à l'Espagne, elles ont également bénéficié, dans une moindre mesure, de l'amélioration du marché publicitaire.

L'activité Affichage comprend une activité de publicité sur enseignes lumineuses. Le chiffre d'affaires de la publicité lumineuse s'est élevé à 12,5 millions d'euros en 2004, soit une augmentation de 5,0 % par rapport à 2003.

Transport

Le chiffre d'affaires de l'activité Transport s'est élevé à 312,8 millions d'euros en 2004, contre 279,2 millions d'euros en 2003, soit une progression de 12,0 % en 2004, après un recul de 5,3 % en 2003.

L'effet de change a eu un impact négatif de 11,5 millions d'euros sur le chiffre d'affaires de cette activité en 2004, du fait principalement

de la dépréciation du dollar américain et du dollar Hong Kong par rapport à l'euro.

En raison du plein effet sur 2004 du partenariat avec l'aéroport de Rome, intervenu courant 2003, la variation de périmètre a eu un impact positif de 1,3 million d'euros sur le chiffre d'affaires de l'activité Transport.

Par ailleurs, des reclassements d'activités minoritaires, précédemment comptabilisées dans l'activité majoritaire des filiales auxquelles elles se rattachaient, ont été opérés pour tenir compte de la restructuration de certaines filiales ou du développement de certains contrats. Ces reclassements, qui ont eu un impact positif de 11,7 millions d'euros sur le segment Transport en 2004, ont été neutralisés dans les données de croissance interne de chiffre d'affaires.

À périmètre et taux de change constants, le chiffre d'affaires de l'activité Transport a affiché une hausse de 11,5 % en 2004, faisant suite à une hausse de 3,2 % en 2003. Après deux années difficiles, 2004 a donc marqué la reprise générale de cette activité. Le chiffre d'affaires a ainsi enregistré une progression à deux chiffres en Espagne, au Portugal, en Norvège, en Allemagne, ainsi qu'à Hong Kong où JCDecaux a bénéficié du rebond du marché publicitaire. En France, le chiffre d'affaires a atteint un niveau de croissance très satisfaisant sur l'année, avec un très bon quatrième trimestre. Au Royaume-Uni et aux États-Unis, la progression est restée modérée, même si elle a bénéficié d'une accélération au second semestre.

1.2.2 Chiffre d'affaires par zone géographique

Exercice au 31 décembre	2004		2003		2002	
	Chiffre d'affaires	% du total	Chiffre d'affaires	% du total	Chiffre d'affaires	% du total
<i>En millions d'euros, sauf pourcentages</i>						
France	559,9	34,3	555,8	36,0	570,9	36,2
Royaume-Uni	245,0	15,0	220,3	14,3	231,6	14,7
Reste de l'Europe	616,3	37,8	574,9	37,2	568,9	36,0
Asie-Pacifique	103,0	6,3	86,6	5,6	102,1	6,5
Amériques	107,2	6,6	106,2	6,9	104,2	6,6
TOTAL	1 631,4	100,0	1 543,8	100,0	1 577,7	100,0

Le chiffre d'affaires total de la France s'est établi à 559,9 millions d'euros en 2004, soit une progression de 0,7 % par rapport à 2003, faisant suite à une baisse de 2,7 % entre 2002 et 2003. La croissance de 2,7 % de l'activité publicitaire a compensé le recul des activités non publicitaires, lié principalement au désengagement du Groupe sur certains marchés de services dont la marge n'est pas conforme à ses objectifs de rentabilité.

Le chiffre d'affaires du Royaume-Uni a représenté 245,0 millions d'euros, en progression de 11,2 % par rapport à 2003. L'appréciation de la livre sterling par rapport à l'euro a généré un effet de change positif de 4,7 millions d'euros sur l'exercice. À taux de change constant, le chiffre d'affaires du Royaume-Uni a progressé de 9,1 %, grâce à une politique commerciale et marketing dynamique sur les segments Mobilier Urbain et Affichage.

Dans le reste de l'Europe, le chiffre d'affaires s'est élevé à 616,3 millions d'euros, en progression de 7,2 % par rapport à 2003. La totalité des opérations ayant eu un effet sur le périmètre en 2004, ont été réalisées dans cette zone géographique. À périmètre et taux de change constants, le chiffre d'affaires du reste de l'Europe a progressé de 6,3 %, tiré par la performance du Portugal, qui a su profiter de l'impact de l'Euro de football 2004, du Danemark et de la Norvège, ainsi que de celle de la plupart des pays d'Europe centrale. Le redressement de l'Allemagne et des Pays-Bas, en difficulté sur l'année 2003, a également contribué à la performance de cette zone géographique.

Le chiffre d'affaires de la zone Amériques s'est élevé à 107,2 millions d'euros, en progression de 0,9 % par rapport à 2003. L'effet de change, principalement généré par l'appréciation de l'euro par rapport au dollar américain, a pénalisé le chiffre d'affaires de 9,8 millions d'euros. À taux de change constant, le chiffre d'affaires de la zone Amériques a progressé de 10,3 %, grâce à la bonne performance des États-Unis, en particulier sur le nouveau contrat de Chicago, et à la montée en puissance du contrat de Vancouver. La nouvelle activité de commercialisation d'horloges publicitaires à São Paulo a également contribué à la forte croissance du chiffre d'affaires dans cette zone.

Le chiffre d'affaires de la zone Asie-Pacifique a représenté 103,0 millions d'euros, en augmentation de 19,0 % par rapport à 2003. L'effet de change a généré un impact négatif de 7,0 millions d'euros sur cette zone, principalement du fait de l'appréciation de l'euro par rapport aux dollars de Hong Kong et de Singapour. Hors effet de change, la hausse du chiffre d'affaires de l'Asie-Pacifique s'est élevée à 27,1 % par rapport à 2003. Cette forte progression a été alimentée par la croissance économique de la plupart des pays de la zone. En particulier, Hong Kong a connu une reprise significative, après une année 2003 pénalisée par l'épidémie de SRAS. Les contrats récents signés en Thaïlande, au Japon et en Corée ont progressé remarquablement, signe de l'adhésion de ces pays au concept de mobilier urbain.

L'Europe a représenté 87,1 % du chiffre d'affaires du Groupe en 2004, contre 87,6 % en 2003. La part de la France a diminué, passant de 36,0 % du chiffre d'affaires du Groupe en 2003 à 34,3 % en 2004, du fait d'une croissance plus forte dans les autres zones géographiques. La part du Royaume-Uni a augmenté, passant de 14,3 % en 2003 à 15,0 % en 2004. Les autres pays d'Europe ont représenté 37,8 % du chiffre d'affaires du Groupe contre 37,2 % en 2003.

La zone Amériques, dont la part a reculé de 6,9 % en 2003 à 6,6 % en 2004, a été pénalisée par l'effet de change. Elle a représenté 7,2 % du chiffre d'affaires du Groupe à périmètre et taux de change constants, en augmentation par rapport à 2003.

Enfin, la zone Asie-Pacifique est passée de 5,6 % du chiffre d'affaires consolidé en 2003 à 6,3 % en 2004. À périmètre et taux de change constants, elle a représenté 6,7 % du chiffre d'affaires total du Groupe, soit plus d'un point de progression par rapport à 2003.

1.3 Impact des opérations de croissance externe sur le chiffre d'affaires groupe

L'impact des opérations d'acquisition et de partenariat sur le chiffre d'affaires consolidé du Groupe a représenté 5,7 millions d'euros en 2004, dont 4,4 millions d'euros sur l'activité Mobilier Urbain et 1,3 millions d'euros sur l'activité Transport.

Cet impact résulte principalement des opérations suivantes :

- plein effet sur 2004 du partenariat avec les aéroports de Rome et de l'acquisition de la société Alma Quattro, numéro un de la communication extérieure en Serbie-Monténégro, conclus en 2003 ;
- renforcement de la position de JCDecaux qui passe de 50 % à 75 % dans la société Unicom, numéro un de la communication extérieure dans les pays Baltes.

2. EBITDA

2.1 Définitions

Le Groupe mesure sa performance au moyen de deux indicateurs qui sont :

- la marge opérationnelle, appréhendée au travers de l'EBITDA (résultat d'exploitation avant dotations aux amortissements et provisions d'exploitation nettes des reprises ou *Earnings Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortisation*) ;
- le résultat d'exploitation.

Cette structure permet au Groupe de piloter les deux aspects de son modèle financier, l'activité d'exploitation des espaces publicitaires d'une part, et l'activité patrimoniale d'autre part.

L'EBITDA dépend, d'une part, du chiffre d'affaires et, d'autre part, des charges d'exploitation nettes supportées par le Groupe, hors amortissements et provisions. Celles-ci sont présentées par nature de dépenses, selon les principes comptables généralement admis en France.

Les principales catégories de charges d'exploitation sont les suivantes :

• Consommations, charges externes et autres

Ce poste comprend quatre grandes catégories de coûts :

- le coût des biens consommables utilisés dans le cadre des opérations de maintenance du réseau publicitaire, qui consistent pour l'essentiel en glaces de rechange, produits de nettoyage, eau, électricité, peinture et carburant pour les véhicules ;
- les charges de loyers et de concessions (y compris les montants liés au partage des recettes publicitaires) que le Groupe paie aux propriétaires et aux concédants ;
- les coûts de sous-traitance pour certaines activités de maintenance ;
- les honoraires et frais de fonctionnement, hors frais de personnel, des différents services du Groupe.

- **Frais de personnel**

Ce poste comprend les salaires, charges sociales et avantages versés au personnel, y compris le personnel chargé de l'installation et de l'entretien du mobilier, les équipes de recherche et développement, la force de vente ainsi que le personnel administratif.

Ce poste prend également en compte les charges liées aux plans d'intéressement et de participation des salariés français.

- **Impôts et taxes**

Ce poste comprend les impôts et charges similaires autres que l'impôt sur les bénéfices. Les principaux impôts comptabilisés dans ce poste sont la taxe professionnelle et les impôts fonciers.

Les coûts structurels de maintenance des mobiliers urbains sont immobilisés et ne sont donc pas intégrés dans le calcul de l'EBITDA. Par contre, les frais engagés dans le cadre de l'entretien quotidien (nettoyage par exemple) ou le remplacement des glaces brisées sont comptabilisés en charges d'exploitation et influent sur le montant de l'EBITDA.

Environ 80 % des charges d'exploitation sont fixes et ne varient pas directement en fonction du chiffre d'affaires. Lorsque le Groupe étend son réseau, le niveau des charges d'exploitation fixes – telles que les redevances fixes versées aux concédants, les charges locatives et les charges de maintenance – croît, mais l'augmentation de ces charges n'est pas directement proportionnelle à celle du chiffre d'affaires publicitaire. Les principaux coûts qui varient en fonction du chiffre d'affaires publicitaire sont les loyers et les redevances variables versées aux concédants, les recettes publicitaires de certains contrats dont une partie est reversée aux concédants, ainsi que la sous-traitance de certaines opérations de pose d'affiches. La proportion des charges d'exploitation variables est structurellement plus faible dans les activités Affichage et Mobilier Urbain que dans l'activité Transport.

La plupart des charges d'exploitation étant fixes, le chiffre d'affaires est le facteur déterminant de l'analyse du taux d'EBITDA. Par conséquent, en optimisant sa grille tarifaire ("yield management"), et en introduisant certaines techniques marketing innovantes, le Groupe est en mesure d'influer de manière significative sur le taux d'EBITDA. En revanche, une baisse ou une stagnation du chiffre d'affaires entraîne un recul du taux d'EBITDA.

Le Groupe s'efforce de maîtriser au maximum ses coûts en exploitant les synergies existant entre ses différentes activités, mais aussi en optimisant la productivité de ses équipes techniques et de ses méthodes d'achat et d'exploitation. Malgré la progression significative de l'activité et le déploiement des nouveaux contrats en Amérique du Nord et en Asie, les effectifs du Groupe sont restés quasiment stables, passant de 6915 collaborateurs en 2003 à 6933 collaborateurs en 2004, soit une augmentation de 0,3 % faisant suite à des réductions d'effectifs de 2,3 % en 2003 et 3,5 % en 2002.

2.2 Évolution de l'EBITDA

L'EBITDA du Groupe en 2004 s'est élevé à 465,2 millions d'euros en 2004 et a représenté 28,5 % du chiffre d'affaires, contre 27,0 % en 2003, soit une progression de 11,6 % par rapport à l'EBITDA 2003, qui s'élevait à 416,9 millions d'euros.

Mobilier Urbain

L'EBITDA de l'activité Mobilier Urbain, qui s'est élevé à 384,8 millions d'euros en 2004, contre 348,5 millions d'euros en 2003 et 340,3 millions d'euros en 2002, a augmenté de 10,4 % en 2004, après avoir enregistré une hausse de 2,4 % en 2003.

La marge d'EBITDA a régulièrement progressé au cours des trois dernières années, représentant 43,5 % du chiffre d'affaires du Mobilier Urbain en 2004, contre 41,6 % en 2003, et 40,5 % en 2002. Ce ratio d'EBITDA élevé, comparé aux autres activités du Groupe, s'explique principalement par le fait qu'une partie importante des coûts générés par l'activité Mobilier Urbain est constituée de l'amortissement d'investissements corporels. Après prise en compte des dotations aux amortissements et aux provisions, le résultat d'exploitation de l'activité Mobilier Urbain a représenté 26,0 % du chiffre d'affaires en 2004, contre 24,3 % en 2003 et 22,5 % en 2002.

L'augmentation de l'EBITDA résulte principalement de la croissance interne de 5,3 % du chiffre d'affaires, ainsi que du contrôle strict des coûts opérationnels (frais de personnel et de sous-traitance en particulier), conjugué à une croissance maîtrisée des redevances versées aux villes. Cette année encore, les États-Unis et l'Australie ont contribué de manière significative à la progression de l'EBITDA, du fait de la montée en puissance des ventes et de la maîtrise des coûts de structure et de développement. De même, l'évolution de la rentabilité des activités du Groupe en Asie a été très satisfaisante en 2004.

En Europe, la bonne performance du chiffre d'affaires, ainsi qu'une gestion rigoureuse des coûts, ont permis au Groupe d'améliorer la profitabilité de la zone et de conserver un taux d'EBITDA supérieur à la moyenne du Groupe, au sein du segment Mobilier Urbain.

Affichage

L'EBITDA du segment Affichage, qui s'est élevé à 59,9 millions d'euros en 2004, contre 54,4 millions d'euros en 2003 et 55,4 millions d'euros en 2002, a augmenté de 10,1 % en 2004, après avoir reculé de 1,8 % en 2003. La marge d'EBITDA de l'Affichage a représenté 13,8 % du chiffre d'affaires de cette activité en 2004, contre 12,7 % en 2003 et 12,5 % en 2002.

L'EBITDA de l'activité Affichage a progressé du fait de la croissance interne de l'activité, conjuguée à une maîtrise des coûts opérationnels, et plus particulièrement des loyers relatifs aux emplacements publicitaires. Les progressions les plus significatives ont concerné le Royaume-Uni, l'Irlande, la Belgique et le Portugal, ce dernier pays ayant profité de l'Euro 2004.

Transport

L'EBITDA de l'activité Transport s'est élevé à 20,5 millions d'euros en 2004, contre 14,0 millions d'euros en 2003 et 9,6 millions d'euros en 2002, soit une progression de 46,4 % après avoir enregistré une hausse de 45,7 % en 2003. La marge d'EBITDA de l'activité Transport a représenté 6,5 % du chiffre d'affaires de cette activité en 2004, contre 5,0 % en 2003 et 3,3 % en 2002.

Pour la deuxième année consécutive, l'EBITDA a fortement augmenté, permettant à l'activité Transport de revenir à un niveau de rentabilité proche de 2001 (6,9 %). Cette progression de l'EBITDA provient pour l'essentiel de la progression du chiffre d'affaires. Conjuguées à un suivi des coûts d'exploitation rigoureux, les ventes ont ainsi contribué à améliorer significativement la rentabilité du segment d'activité, en dépit de l'augmentation des redevances reversées aux aéroports et aux compagnies de transport, indexées en partie sur le chiffre d'affaires.

La quasi-totalité des pays où le Groupe exerce son activité a enregistré une amélioration de l'EBITDA.

3. RÉSULTAT D'EXPLOITATION

3.1 Définitions

Le résultat d'exploitation est calculé à partir de l'EBITDA duquel sont soustraites les dotations nettes aux amortissements et aux provisions.

Les mobiliers urbains sont amortis sur des périodes de 7 à 10 ans, en fonction de leur durée de vie économique, et les autres supports publicitaires sont amortis sur des périodes de 2 à 10 ans.

Les charges d'amortissement et de provision ont représenté 193,6 millions d'euros soit 11,9 % du chiffre d'affaires du Groupe en 2004, contre 12,1 % en 2003 et 12,3 % du chiffre d'affaires en 2002. Les charges d'amortissement sont plus importantes dans l'activité Mobilier Urbain qui requiert traditionnellement un niveau d'investissement plus élevé que les autres activités. En effet, la majorité des contrats de mobilier urbain entraîne l'installation d'équipements publicitaires haut de gamme, ainsi que d'équipements non publicitaires, appelés "contreparties". En revanche, les contrats de mobilier urbain ont généralement une durée de vie plus longue (8 à 25 ans) que ceux de l'affichage ou du transport.

3.2 Évolution du résultat d'exploitation

En 2004, le résultat d'exploitation s'est élevé à 271,6 millions d'euros, contre 230,1 millions d'euros en 2003 et 211,2 millions d'euros en 2002. L'augmentation de 18,0 % du résultat d'exploitation en 2004 par rapport à 2003 s'explique par la progression de 48,3 millions d'euros de l'EBITDA, compensée à hauteur de 6,8 millions d'euros par une progression des charges d'amortisse-

ment et de provision. Le résultat d'exploitation a représenté 16,7 % du chiffre d'affaires en 2004, contre 14,9 % en 2003 et 13,4 % en 2002.

En 2004, les dotations aux amortissements se sont élevées à 171,6 millions d'euros, en augmentation de 1,2 million d'euros par rapport à 2003. Cette progression modérée provient de l'amortissement des nouveaux investissements réalisés en cours d'année 2004, compensé par la fin d'amortissement d'investissements antérieurs.

Les dotations aux provisions se situent en 2004 à 22,0 millions d'euros, en augmentation de 5,6 millions d'euros par rapport à 2003.

Mobilier Urbain

Le résultat d'exploitation de l'activité Mobilier Urbain, qui s'est élevé à 230,0 millions d'euros en 2004, contre 203,3 millions d'euros en 2003 et 189,2 millions d'euros en 2002, a augmenté de 13,1 % en 2004, après avoir enregistré une hausse de 7,5 % en 2003. Il a représenté 26,0 % du chiffre d'affaires en 2004, contre 24,3 % en 2003 et 22,5 % en 2002.

Cette forte progression a été permise par l'augmentation de 36,3 millions d'euros de l'EBITDA, très supérieure à la hausse de 9,6 millions d'euros des charges d'amortissement et de provision.

Les charges d'amortissement et de provision de l'activité Mobilier Urbain ont représenté 154,9 millions d'euros en 2004, soit 17,5 % du chiffre d'affaires, contre 145,3 millions d'euros soit 17,4 % du chiffre d'affaires en 2003, et 151,1 millions d'euros soit 18,0 % en 2002. La progression de ce poste est en partie liée à la dotation de provisions pour dépréciation de stocks de pièces détachées.

Affichage

Le résultat d'exploitation du segment Affichage, qui s'est élevé à 28,0 millions d'euros en 2004, contre 20,4 millions d'euros en 2003 et 22,9 millions d'euros en 2002, a augmenté de 37,3 % en 2004, après avoir reculé de 10,9 % en 2003. Il a représenté 6,5 % du chiffre d'affaires de cette activité en 2004, contre 4,8 % en 2003 et 5,2 % en 2002.

En 2004, le résultat d'exploitation du segment Affichage bénéficie de la progression de 5,5 millions d'euros de l'EBITDA et de la baisse de 2,1 millions d'euros des charges d'amortissement et de provision.

Les charges d'amortissement et de provision ont représenté 31,9 millions d'euros en 2004, soit 7,3 % du chiffre d'affaires, contre 34,0 millions d'euros en 2003, soit 7,9 % du chiffre d'affaires, et 32,4 millions d'euros soit 7,3 % en 2002. La diminution de ce poste est principalement liée à la baisse des provisions pour risques d'exploitation, notamment au titre des clients, des loyers et des taxes publicitaires.

Transport

L'activité Transport a dégagé un résultat d'exploitation de 13,6 millions d'euros en 2004, contre 6,4 millions d'euros en 2003, après avoir enregistré une perte d'exploitation de 1,0 million d'euros en 2002. Le résultat d'exploitation de l'activité Transport a représenté 4,4 % du chiffre d'affaires de cette activité en 2004, contre 2,3 % en 2003.

Le résultat d'exploitation a donc plus que doublé en 2004 du fait de l'augmentation de 6,5 millions d'euros de l'EBITDA et de la diminution de 0,7 million d'euros des charges d'amortissement et de provision.

Dans l'activité Transport, les charges d'amortissement et de provision sont sensiblement inférieures à celles des activités Mobilier Urbain et Affichage. Elles ont représenté un montant de 6,8 millions d'euros en 2004, soit 2,2 % du chiffre d'affaires, contre 7,5 millions d'euros soit 2,7 % du chiffre d'affaires en 2003, et 10,5 millions d'euros soit 3,6 % en 2002. Le faible niveau des charges d'amortissement et de provision traduit le fait que le Groupe investit peu dans les contrats de transport, dont la durée est plus courte que les contrats de mobilier urbain (de 5 à 10 ans) mais dont le niveau des redevances est plus élevé.

4. RÉSULTAT FINANCIER

En 2004, le résultat financier s'est élevé à -25,3 millions d'euros, soit une amélioration de 6,7 millions d'euros par rapport à 2003. Il est composé des intérêts de la dette nette de trésorerie à hauteur de -24,7 millions d'euros ⁽²⁾, du résultat de change à hauteur de 0,1 million d'euros et des dotations nettes des reprises de provisions à hauteur de -0,7 million d'euros.

L'amélioration du résultat financier est due à la diminution des intérêts de la dette nette, elle-même due :

- à une diminution de la dette nette moyenne du Groupe : elle s'est élevée à 576,9 millions d'euros en 2004 contre 602,3 millions d'euros en 2003 ;
- à une réduction des taux EURIBOR, et ce, malgré la hausse des taux LIBOR dollar américain : le coût de la dette brute du Groupe était de 3,5 % en 2004 contre 3,9 % en 2003.

5. RÉSULTAT EXCEPTIONNEL

Le résultat exceptionnel s'est élevé à 0,9 million d'euros en 2004. Il est constitué notamment de 2,2 millions d'euros de plus-values de cession de terrains au Royaume-Uni, de 0,7 million d'euros de moins-values de cessions sur immobilisations corporelles et incorporelles et de 0,4 million d'euros de pertes sur prêts.

(2) Y compris dividendes reçus sur participations.

6. IMPÔTS SUR LES BÉNÉFICES

En 2004, l'impôt sur les bénéfices consolidés s'établit à 88,3 millions d'euros, contre 75,8 millions d'euros en 2003 et 70,2 millions d'euros en 2002.

Le taux effectif d'impôt, avant dotation aux amortissements des écarts d'acquisition et prise en compte de la quote-part dans les résultats des sociétés mises en équivalence, est de 35,7 % en 2004, contre 38,3 % en 2003 et 40,8 % en 2002.

Le taux effectif d'impôt en 2004 a bénéficié principalement d'une plus forte contribution aux résultats du Groupe des sociétés faiblement imposées, d'une activation plus importante de reports déficitaires, notamment aux États-Unis, et de la baisse de taux d'imposition nationaux, notamment au Portugal.

7. AMORTISSEMENT DES ÉCARTS D'ACQUISITION

L'amortissement des écarts d'acquisition a représenté 75,7 millions d'euros en 2004, contre 71,8 millions d'euros en 2003 et 63,7 millions d'euros en 2002.

L'augmentation de 3,9 millions d'euros de la charge d'amortissement en 2004 est due principalement à la prise en compte sur 12 mois en 2004 de deux opérations qui n'avaient été prises que sur respectivement 6 mois et 2 mois en 2003 : l'opération de rachat par JCDecaux des parts détenues par B&C Holding dans la société Gewista, dont JCDecaux détient désormais 67 % du capital, d'une part, et l'acquisition dans Wall (Allemagne et États-Unis), d'autre part.

8. RÉSULTAT NET

Le résultat net part du Groupe s'est élevé à 78,1 millions d'euros en 2004, contre 40,9 millions d'euros en 2003 et 26,0 millions d'euros en 2002. La forte augmentation du résultat net part du Groupe en 2004 s'explique principalement par la progression du résultat d'exploitation et par l'amélioration du résultat financier.

La quote-part de résultat attribuée aux intérêts minoritaires est en diminution, représentant respectivement 10,7 millions d'euros en 2004, 14,2 millions d'euros en 2003 et 17,5 millions d'euros en 2002. Cette diminution est due principalement à la prise en compte sur 12 mois complets en 2004 d'opérations intervenues au cours de l'exercice 2003, dont principalement : le rachat par JCDecaux de parts minoritaires détenues dans des filiales du Groupe, en particulier en Autriche et en Europe centrale, d'une part, et l'acquisition par JCDecaux España SL de 25 % complémentaires de la société JCDecaux & Sign SA, d'autre part.

Le résultat net avant amortissement des écarts d'acquisition et éléments exceptionnels est de 152,9 millions d'euros en 2004, 113,0 millions d'euros en 2003 et 92,4 millions d'euros en 2002.

9. FLUX DE TRÉSORERIE

Le Groupe génère des flux d'exploitation importants qui lui permettent d'autofinancer sa croissance interne. En 2004, ces flux d'exploitation lui ont également permis d'autofinancer l'intégralité de sa croissance externe, constituée d'acquisitions et de rachats de parts minoritaires et de réduire son endettement net. Ainsi, au 31 décembre 2004, la dette nette du Groupe s'est élevée à 457,5 millions d'euros, contre 635,8 millions d'euros au 31 décembre 2003.

9.1 Flux nets issus de l'exploitation

Les flux nets issus de l'exploitation en 2004 représentent 360,1 millions d'euros, contre 330,5 millions d'euros en 2003 et 324,5 millions d'euros en 2002.

La capacité d'autofinancement s'élève à 368,1 millions d'euros. Elle est générée par l'exploitation à hauteur de 465,2 millions d'euros, correspondant à l'EBITDA, augmentée des dividendes reçus des sociétés mises en équivalence à hauteur de 4,6 millions d'euros, des flux exceptionnels à hauteur de 0,2 million d'euros, et diminuée des flux financiers à hauteur de -27,6 millions d'euros, correspondant au résultat financier (hors dotations nettes aux provisions et écarts de change latents) et des flux d'impôt sur les bénéfices à hauteur de -74,3 millions d'euros, correspondant à l'impôt courant comptabilisé au compte de résultat hors dotations nettes aux provisions et impôts différés.

La variation du besoin en fonds de roulement s'élève à -8,0 millions d'euros. On notera notamment une baisse des autres dettes de 18,0 millions d'euros relative au paiement sur l'exercice 2004 de frais liés aux acquisitions réalisées sur l'exercice 2003. Cette diminution est partiellement compensée par une baisse des stocks de 10,5 millions d'euros, principalement liée à l'installation de mobiliers urbains notamment en Autriche et en France.

9.2 Flux nets issus des investissements

Les flux nets issus des investissements ont représenté 183,8 millions d'euros en 2004, et ont été composés pour 165,9 millions d'euros d'investissements nets corporels et incorporels, 14,8 millions d'euros d'acquisitions de titres de participation, 5,6 millions d'euros d'acquisitions d'autres immobilisations financières, 0,7 million d'euros de cessions de titres de participation, 1,4 million d'euros de cessions d'immobilisations financières et 0,4 million d'euros de variation des créances sur immobilisations.

Les acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles se sont élevées à 175,6 millions d'euros et les cessions se sont éle-

vées à 9,7 millions d'euros, ce qui donne un flux net de 165,9 millions d'euros. Les acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles du Groupe incluent respectivement 120,1 millions d'euros de nouveaux mobiliers urbains et supports d'affichage, 27,7 millions d'euros de pièces de maintenance et 27,8 millions d'euros d'investissements généraux, constitués principalement d'outillage, de véhicules, de matériels et logiciels informatiques, d'immobilier et d'agencements.

Tous ces postes sont en augmentation par rapport à 2003, où le Groupe enregistrait 106,4 millions d'euros d'acquisitions de nouveaux mobiliers urbains et supports d'affichage, 21,4 millions d'euros de pièces de maintenance et 23,0 millions d'euros d'investissements généraux.

L'activité Mobilier Urbain a représenté 75 % des acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles du Groupe en 2004, avec 131,3 millions d'euros. Les investissements de Mobilier Urbain ont donc augmenté par rapport aux années 2003 et 2002, pour lesquelles ces investissements représentaient respectivement 111,5 millions d'euros et 125,0 millions d'euros. Ce niveau élevé est notamment lié à un renforcement du programme de maintenance des mobiliers ainsi qu'à la mise en œuvre des contrats signés par le Groupe au cours des dernières années. On notera plus particulièrement les contrats de Chicago, Vancouver et Los Angeles en Amérique du Nord, de Bangkok et Séoul en Asie, de Leicester, Naples, Oslo et Ljubljana en Europe.

En 2004, les acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles de l'activité Affichage grand format se sont élevées à 38,5 millions d'euros, contre 32,2 millions d'euros en 2003. Les investissements de l'activité Affichage ont progressé, par rapport à 2003, principalement du fait de l'installation de panneaux déroulants et rétro-éclairés à Vienne, en Autriche.

Pour ce qui concerne l'activité Transport, les acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles ont représenté 5,8 millions d'euros en 2004, contre 7,1 millions d'euros en 2003.

Les acquisitions de titres de participation, qui se sont élevées à 14,8 millions d'euros en 2004, correspondent à des rachats de parts minoritaires pour 10,2 millions d'euros, essentiellement dans les pays Baltes, et à des opérations de croissance externe pour 4,6 millions d'euros, constituées principalement de la prise de participation de 100 % dans la société WFA Warthehallen Finanz AG.

Les acquisitions d'autres immobilisations financières ont représenté 5,6 millions d'euros, dont principalement 3,8 millions d'euros de prêts accordés à Wall (États-Unis) correspondant à la quote-part du Groupe dans le financement du développement du contrat de Boston.

Les cessions d'immobilisations financières de 2,1 millions d'euros comprennent 0,7 million d'euros de cessions de titres, 1,0 million d'euros de remboursements de prêts et créances rattachées et 0,4 million d'euros de cessions d'autres immobilisations financières.

9.3 Flux nets issus du financement

Le Groupe a réduit son endettement net de 178,3 millions d'euros en 2004. Cette réduction se décompose en une diminution de 285,1 millions d'euros de l'endettement brut et une diminution de 106,8 millions d'euros de la trésorerie disponible nette des découverts bancaires.

Les effets de change, les variations de périmètre et divers reclassements ont contribué à hauteur de 8,4 millions d'euros à la baisse de l'endettement brut.

9.3.1 Flux nets issus de l'activité de financement

En 2004, l'essentiel des remboursements et des nouveaux financements a eu lieu chez JCDecaux SA. Les filiales du Groupe ont, de leur côté, procédé à des remboursements nets des nouveaux financements à hauteur de 21,7 millions d'euros. La dette brute consolidée du Groupe a ainsi diminué de 276,7 millions d'euros (voir paragraphe "Gestion financière - Gestion du risque de liquidité et financement").

En 2004, les flux de remboursement ont eu lieu dans les pays suivants :

Pays	Flux de remboursement en 2004 en M€
Allemagne	2,8
Australie	3,5
Autriche	7,6
Belgique	1,1
Danemark	3,2
Espagne	1,2
France (JCDecaux SA)	320,0
France (hors JCDecaux SA)	3,9
Japon	4,9
Autres	1,0
TOTAL	349,2

En 2004, les flux des financements mis en place ont eu lieu dans les pays suivants :

Pays	Flux des financements mis en place en 2004 en M€
Chili	0,3
Corée	2,1
Estonie	0,3
France (JCDecaux SA)	65,0
Japon	1,6
Slovénie	0,3
Thaïlande	2,7
Autres	0,2
TOTAL	72,5

9.3.2 Flux nets issus des capitaux propres et dividendes

La société JCDecaux SA n'a pas distribué de dividendes au cours de l'exercice 2004.

Certaines filiales de JCDecaux SA dans lesquelles existent des participations minoritaires ont distribué des dividendes pour un montant total de 12,5 millions d'euros.

L'augmentation de capitaux propres de 6,9 millions d'euros est liée à hauteur de 6,1 millions d'euros à une augmentation de capital de JCDecaux SA du fait de la levée d'options de souscription d'actions.

10. GESTION FINANCIÈRE

La nature des risques financiers induits par l'activité du Groupe et sa politique de gestion de ces risques sont exposées dans la partie "Autres Informations juridiques - Facteurs de risques" du présent document. Les paragraphes ci-après ont pour objet d'exposer la mise en œuvre de la politique de gestion financière du Groupe pour l'année 2004, le détail de ces risques et des opérations ainsi réalisées figurant dans la partie "Annexe aux comptes consolidés". Par conséquent, les paragraphes ci-dessous doivent être lus en connexion avec les pages 55 à 79 et 138 à 139 de ce document.

10.1 Gestion du risque de liquidité et financement

Au 31 décembre 2004, la dette nette s'élevait à 457,5 millions d'euros et représentait 32,3 % des fonds propres part du Groupe. La dette à moyen et long terme du Groupe est notée "Baa2" par Moody's et "BBB" par Standard and Poor's, chacune de ces notes étant assortie d'une perspective stable.

En 2004, en application de sa politique de financement :

- JCDecaux SA a achevé le renouvellement par anticipation de ses lignes tirées et non tirées, s'amortissant jusqu'en septembre 2005. Ce renouvellement avait été lancé en 2003 avec l'émission d'un placement privé aux États-Unis et la mise en place d'une ligne de crédit revolver confirmée. Il a été achevé :
 - en procédant au remboursement anticipé des 320,0 millions d'euros du solde de la part tirée (Tranche A) de sa ligne s'amortissant en 2005, ce qui a permis de réduire les excédents de trésorerie du Groupe ;
 - en annulant par anticipation les 501,6 millions d'euros de la part non tirée (Tranche B) de sa ligne s'amortissant en septembre 2005 et en portant de 550,0 à 665,0 millions d'euros le montant de la ligne de crédit revolver confirmée mise en place en décembre 2003, ce qui a permis de réduire le coût de liquidité du Groupe ;
- 88 % des dettes financières du Groupe étaient portés par JCDecaux SA et la maturité moyenne de ces 88 % était supérieure à 7 ans ;

- au 31 décembre 2004, le Groupe disposait de 52,7 millions d'euros de trésorerie disponible et de 600 millions d'euros de lignes de crédit confirmées non utilisées.

Les sources de financement de JCDecaux SA sont confirmées mais imposent le respect de "covenants". Le non-respect de ces "covenants" peut conduire à l'exigibilité anticipée des emprunts et lignes de crédit. Au 31 décembre 2004, tous ces "covenants" étaient respectés avec des valeurs très éloignées des limites requises. Au cours du premier trimestre 2005, aucun événement exceptionnel pouvant remettre en cause ces covenants au 31 mars 2005 n'est intervenu.

Le détail des financements à moyen et long terme du Groupe au 31 décembre 2004, ainsi que les données équivalentes aux 31 décembre 2003 et 2002, figurent dans la partie "Annexe aux comptes consolidés, note 2.13", notamment (i) leur répartition par nature ; (ii) leur répartition par devises, avant et après swaps d'émission et swaps de change ; (iii) leur échéancier ; (iv) leur répartition taux fixe/taux variable, avant et après opérations de couverture. Par ailleurs, les principales caractéristiques des financements de JCDecaux SA et de leurs covenants sont également décrites dans la partie "Annexe aux comptes consolidés, note 2.13".

10.2 Gestion du risque de taux d'intérêt

En application de la politique de gestion du risque de taux, le Groupe a mis en place dans le passé des protections contre une hausse des taux courts, principalement en euros, cette devise représentant plus de 75 % de l'endettement brut du Groupe au 31 décembre 2004. En raison de l'absence d'anticipation de hausse significative des taux courts en euros et de son désendettement, le Groupe n'a pas jugé opportun de mettre en place de nouvelles couvertures en 2004.

Au 31 décembre 2004, 7 % du total de la dette brute toutes devises du Groupe étaient à taux fixe, 19 % étaient protégés contre une hausse des taux à court terme des devises concernées ; 4 % du total de la dette brute du Groupe libellée en euros ⁽³⁾ étaient à taux fixe, 26 % étaient protégés contre une hausse des taux EURIBOR.

Les méthodes de comptabilisation de ces instruments de couverture de taux d'intérêt ainsi que le portefeuille mis en place par le Groupe, sa valorisation et l'impact de ces couvertures sur l'élément couvert, sont indiqués dans la partie "Annexe aux comptes consolidés", respectivement dans les notes 1.17 et 4.1.

10.3 Gestion du risque de change

En 2004, le Groupe a essentiellement procédé à des opérations de change financières :

- dans le cadre de l'application de sa politique de centralisation des financements et de sa trésorerie multidevise, pour couvrir les opérations de prêts et emprunts intragroupe, il a mis en

place des swaps de change à court terme. Le Groupe a cependant choisi de ne pas couvrir certaines positions induites par des prêts intragroupe (i) les couvertures étant trop onéreuses, voire pas toujours disponibles ; (ii) le montant de ces prêts étant limité ;

- sur la part de son endettement à long terme libellée en dollars américains ⁽⁴⁾ non utilisée pour financer le développement en cours de son activité aux États-Unis, JCDecaux SA a mis en place des swaps d'émission sur la totalité de la durée de vie de l'opération.

Les méthodes de comptabilisation de ces instruments de couverture du risque de change ainsi que le portefeuille mis en place par le Groupe, et sa valorisation, sont indiqués dans la partie "Annexe aux comptes consolidés", respectivement dans les notes 1.17 et 4.1.

Au 31 décembre 2004, le Groupe considère que ses résultats et sa situation financière ne devraient pas être affectés de façon significative par une variation des cours des devises.

10.4 Gestion de la trésorerie excédentaire

Au 31 décembre 2004, la trésorerie disponible du Groupe s'élevait à 52,7 millions d'euros répartis dans plus de 40 pays.

Sur ces 52,7 millions d'euros, un montant de 2,7 millions d'euros était placé en valeurs mobilières de placement. Les méthodes comptables utilisées pour valoriser ces valeurs mobilières de placement ainsi que la répartition par pays au 31 décembre 2004, 2003 et 2002 sont indiquées dans la partie "Annexe aux comptes consolidés", respectivement dans les notes 1.12 et 2.8.

11. ENGAGEMENTS DU GROUPE AUTRES QUE LES ENGAGEMENTS LIÉS À LA GESTION FINANCIÈRE

Les engagements hors bilan significatifs du Groupe au 31 décembre 2004 sont listés et détaillés dans la partie "Annexe aux comptes consolidés, notes 4.2 et 4.3".

II. ÉVOLUTION RÉCENTE ET PERSPECTIVES

Pour le premier trimestre 2005, le Groupe anticipe une forte croissance interne de son chiffre d'affaires. Sur l'année 2005, la croissance interne du chiffre d'affaires devrait être de l'ordre de 4 % et le Groupe devrait ainsi continuer d'améliorer sa rentabilité.

(3) Dette libellée en euros après prise en compte des swaps de change et des swaps d'émission.

(4) Placement privé émis aux États-Unis en 2003.

JCDecaux continue d'axer sa stratégie principalement sur la croissance interne. De nombreuses opportunités devraient se concrétiser en 2005, parmi lesquelles les contrats pour les abribus des villes de New York et de Londres et le contrat pour la gestion de la publicité sur les supports d'affichage grand format des voies ferrées au Royaume-Uni. Le Groupe devrait par ailleurs poursuivre son développement en Asie, plus particulièrement en Chine et au Japon.

III. POLITIQUE D'INVESTISSEMENT

1. PRINCIPAUX INVESTISSEMENTS RÉALISÉS

L'essentiel des investissements du Groupe est consacré à la construction et à l'installation de mobiliers urbains et autres supports publicitaires dans le cadre des nouveaux contrats, ainsi qu'aux investissements récurrents nécessaires à l'exercice de son activité (véhicules, informatique, outillage et immeubles).

En 2004, le Groupe a consacré 120,1 millions d'euros à des investissements de croissance pour le développement de nouvelles concessions telles que les villes de Chicago aux États-Unis, Vancouver au Canada, Bangkok en Thaïlande, Naples en Italie, Vienne en Autriche, Séoul en Corée, à l'optimisation de son patri-

moine de supports publicitaires ainsi qu'au renouvellement de concessions venant à échéance en France (Le Havre, Grenoble, La Rochelle, Bayonne, Saint-Brieuc, Vannes, Calais, Pau). Le Groupe a également consacré 27,8 millions d'euros aux investissements généraux (aménagements immobiliers, outillages, véhicules et informatique) et 27,7 millions d'euros aux investissements de maintenance du parc existant.

En 2003, les montants de ces investissements se sont élevés respectivement à 106,4 millions d'euros, 23,0 millions d'euros et 21,4 millions d'euros. En 2002, les montants de ces investissements se sont élevés respectivement à 115,8 millions d'euros, 28,7 millions d'euros et 22,2 millions d'euros.

2. PRINCIPAUX INVESTISSEMENTS FUTURS

Les investissements de 2005 seront principalement consacrés à la poursuite des programmes d'installation de mobilier urbain soit dans le cadre de contrats gagnés (villes de Los Angeles et Chicago aux États-Unis, Vancouver au Canada, Séoul en Corée du Sud, Yokohama au Japon, Turin en Italie, Oslo en Norvège), soit dans le cadre de contrats renouvelés (villes de Lyon, Grenoble, Saint-Étienne, Troyes, Issy-les-Moulineaux en France, Porto au Portugal).

COMPTES CONSOLIDÉS ET ANNEXE

BILAN

Actif

<i>En millions d'euros</i>	31/12/2004	31/12/2003	31/12/2002
Immobilisations incorporelles (net)	34,4	31,9	33,1
Écarts d'acquisition (net)	1 113,7	1 178,6	1 080,0
Immobilisations corporelles (net)	668,9	675,3	722,3
Immobilisations financières (net)	80,8	75,9	79,8
ACTIF IMMOBILISÉ	1 897,8	1 961,7	1 915,2
Stocks (net)	75,8	95,4	92,6
Clients (net)	404,6	386,7	403,1
Autres créances (net)	128,1	141,7	126,7
Valeurs mobilières de placement (net)	2,7	85,9	82,4
Disponibilités	50,0	71,8	80,0
Impôts différés actifs (net)	13,3	15,0	29,7
ACTIF CIRCULANT	674,5	796,5	814,5
TOTAL ACTIF	2 572,3	2 758,2	2 729,7

Passif

<i>En millions d'euros</i>	31/12/2004	31/12/2003	31/12/2002
Capitaux propres			
Capital	3,4	3,4	3,4
Primes	929,3	923,2	923,2
Réserve légale	0,3	0,3	0,3
Réserves consolidées/part du Groupe	405,3	366,0	360,5
Résultat/part du Groupe	78,1	40,9	26,0
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE	1 416,4	1 333,8	1 313,4
Intérêts minoritaires	29,6	31,4	64,2
CAPITAUX PROPRES DE L'ENSEMBLE	1 446,0	1 365,2	1 377,6
Provisions pour risques et charges	124,3	114,6	82,6
Impôts différés passifs	27,3	16,5	20,7
Dettes			
Emprunts obligataires	367,8	375,0	
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	117,5	394,6	737,7
Emprunts et dettes financières divers	10,3	11,2	8,3
Fournisseurs	150,9	147,2	159,1
Autres dettes	313,6	321,2	314,0
Concours bancaires	14,6	12,7	29,7
DETTES	974,7	1 261,9	1 248,8
TOTAL PASSIF	2 572,3	2 758,2	2 729,7

COMPTES DE RÉSULTAT

<i>En millions d'euros</i>	2004	2003	2002
CHIFFRE D'AFFAIRES NET	1631,4	1543,8	1577,7
Charges d'exploitation nettes hors dotations aux amortissements et provisions	-1 166,2	-1 126,9	-1 172,4
EBITDA⁽¹⁾	465,2	416,9	405,3
Dotation aux amortissements et provisions nettes	-193,6	-186,8	-194,1
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	271,6	230,1	211,2
Résultat financier	-25,3	-32,0	-36,7
RÉSULTAT COURANT	246,3	198,1	174,5
Résultat exceptionnel	0,9	-0,3	-2,7
Impôts sur les bénéfices	-88,3	-75,8	-70,2
RÉSULTAT NET DES ENTREPRISES INTÉGRÉES	158,9	122,0	101,6
Quote-part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	5,6	4,9	5,6
Dotations aux amortissements des écarts d'acquisition	-75,7	-71,8	-63,7
RÉSULTAT NET DE L'ENSEMBLE CONSOLIDÉ	88,8	55,1	43,5
Part des minoritaires dans le résultat	10,7	14,2	17,5
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE	78,1	40,9	26,0
. Bénéfice net par action (en euros) ⁽²⁾	0,353	0,185	0,117
. Bénéfice net par action dilué (en euros) ⁽²⁾	0,346	0,181	0,115
. Nombre moyen pondéré d'actions ⁽²⁾	221 411 893	221 400 760	221 528 081
. Nombre moyen pondéré d'actions (dilué) ⁽²⁾	225 543 148	225 793 495	225 627 199

(1) Le Groupe mesure la performance opérationnelle de ses activités sur la base de l'EBITDA. Cet indicateur ne correspond pas à une rubrique comptable définie par les normes applicables en France, et correspond au résultat d'exploitation avant dotations aux amortissements et provisions nettes des reprises (Earnings Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortisation).

(2) Déduction faite du rachat par JCDecaux SA de ses actions propres sur 2002.

TABLEAU DES FLUX DE TRÉSORERIE

<i>En millions d'euros</i>	2004	2003	2002
Résultat net part du Groupe	78,1	40,9	26,0
Part des minoritaires dans le résultat	10,7	14,2	17,5
Quote-part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	-5,6	-4,9	-5,5
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	4,6	4,0	4,3
Variation des impôts différés	13,3	2,4	-10,3
Dotations nettes aux amortissements et provisions et écarts de conversion	267,5	272,6	261,8
Plus et moins-values de cession	-0,5	-1,9	6,5
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT	368,1	327,3	300,3
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	-8,0	3,2	24,2
FLUX NETS ISSUS DE L'EXPLOITATION	360,1	330,5	324,5
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	-8,8	-8,1	-10,2
Acquisitions d'immobilisations corporelles	-166,8	-142,7	-156,5
Acquisitions de titres de participation	-14,8	-204,6	-49,9
Acquisitions d'autres immobilisations financières	-5,6	-7,4	-1,8
Variation des dettes sur immobilisations		-1,0	-3,8
Total investissements	-196,0	-363,8	-222,2
Cessions d'immobilisations incorporelles		0,2	
Cessions d'immobilisations corporelles	9,7	9,5	10,1
Cessions d'immobilisations financières (titres de participation)	0,7	0,2	1,2
Cessions d'immobilisations financières (autres)	1,4	1,7	18,4
Variation des créances sur immobilisations	0,4		3,9
Total désinvestissements	12,2	11,6	33,6
FLUX NETS ISSUS DES INVESTISSEMENTS	-183,8	-352,2	-188,6
Distribution mise en paiement	-12,5	-8,4	-12,3
Réduction des capitaux propres			
Réduction de l'endettement	-349,2	-346,9	-202,1
Besoin de trésorerie (financement)	-361,7	-355,3	-214,4
Augmentation des capitaux propres	6,9		
Augmentation de l'endettement	72,5	388,3	38,6
Dégagement de trésorerie (financement)	79,4	388,3	38,6
FLUX ISSUS DU FINANCEMENT	-282,3	33,0	-175,8
Incidence des variations des cours des devises	-0,9	1,0	-2,7
VARIATION DE LA TRÉSORERIE	-106,9	12,3	-42,6
Trésorerie d'ouverture	145,0	132,7	175,3
Trésorerie de clôture	38,1	145,0	132,7

ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS

FAITS MARQUANTS DE L'EXERCICE

En 2004, JCDecaux a poursuivi sa stratégie de développement par croissance interne, en remportant des appels d'offres pour les contrats publicitaires de mobilier urbain et les contrats dans les aéroports.

Financement

Suite à la mise en place d'une ligne de crédit revolver confirmée en décembre 2003, JCDecaux SA a remboursé par anticipation en janvier 2004 le solde de la Tranche A non revolver de son crédit syndiqué et a annulé au premier semestre 2004 l'intégralité de la Tranche B revolver de ce crédit syndiqué.

Évolution du portefeuille de contrats

En France, JCDecaux a été choisi par la Commission d'appels d'offres du Grand Lyon pour l'attribution du contrat de mobilier urbain. D'une durée de 13 ans, ce contrat porte sur la fourniture, l'installation et l'entretien de 1 800 à 2 600 abribus, 600 mobiliers urbains pour l'information et de 2 000, 3 000 ou 4 000 vélos.

En France également, JCDecaux a remporté l'appel d'offres de mobilier urbain de la ville de Saint-Étienne, contrat signé pour 12 ans, et a remporté le contrat des abribus de l'agglomération grenobloise, contrat de 15 ans.

Enfin, le Groupe n'a pas remporté l'appel d'offres portant sur l'installation des abribus pour la Communauté Urbaine de Bordeaux mais reste en mesure de proposer l'agglomération bordelaise dans son offre commerciale Mobilier Urbain, notamment à travers ses positions sur la ville de Bordeaux et son offre MUPI® et Seniors®.

En Espagne, JCDecaux a renouvelé, pour une durée de 6 ans, le contrat publicitaire de dix-huit aéroports dont Barcelone, Alicante, Malaga, Valence et Séville, et a emporté le contrat des quatre aéroports des Iles Baléares (dont Palma de Majorque) pour une durée de 6 ans. Ces vingt-deux aéroports représentent 79 millions de passagers annuels, soit 52 % du marché total espagnol.

En Italie, JCDecaux a gagné le contrat de mobilier urbain publicitaire de la ville de Turin, en partenariat avec AVIP, principal opérateur turinois de publicité extérieure. D'une durée de 20 ans, ce contrat porte sur le design, l'installation et l'entretien de 1 200 mobiliers urbains.

Au Japon, JCDecaux a remporté, à la suite d'un appel d'offres, le premier contrat exclusif d'abribus publicitaires de Yokohama, pour une durée de 20 ans, en partenariat avec Mitsubishi Corporation. Ce contrat porte sur 500 abribus.

Partenariats et acquisitions

En mars 2004, JCDecaux a augmenté sa participation de 50 % à 75 % dans Univier Communications BV, société néerlandaise contrôlant plusieurs sociétés leaders de la communication extérieure dans les pays Baltes. Les 25 % restants sont détenus par Univier Communications NV.

En Allemagne, JCDecaux, via la société JCDecaux GmbH (anciennement Klett Decaux GmbH), a acheté 100 % des titres de la société WFA Wartehallen Finanz AG.

En mai 2004, la société JCDecaux New York LLC a racheté, pour 2,2 millions de dollars (environ 1,8 million d'euros), les 30 % complémentaires de JCDecaux New York Inc., ce qui porte le pourcentage de détention à 100 %.

1. MÉTHODES ET PRINCIPES COMPTABLES

1.1 Principes d'établissement des comptes du Groupe

Les comptes consolidés du Groupe ont été établis en conformité avec les principes français prévus par les dispositions du règlement n° 99-02 du Comité de Réglementation Comptable, relatifs aux comptes consolidés.

La société n'applique pas par anticipation le règlement n° 2002-10 du Comité de Réglementation Comptable (CRC).

1.2 Périmètre et méthodes de consolidation

Les sociétés du Groupe dont la taille est significative font partie du périmètre de consolidation. Les sociétés qui répondent généralement à l'une des trois conditions suivantes sont consolidées :

<i>En millions d'euros</i>	Montant (en valeur absolue) supérieur à
Chiffre d'affaires	0,8
Capitaux propres - part du Groupe	1,5
Résultat net - part du Groupe	0,6

Sont aussi consolidées des sociétés qui n'atteignent pas ces seuils mais qui présentent des synergies avec des sociétés du Groupe. L'agrégation des sociétés non consolidées est non significative. L'intégration globale est appliquée aux sociétés sur lesquelles le Groupe exerce un contrôle exclusif.

L'intégration proportionnelle est appliquée aux sociétés sur lesquelles le Groupe exerce un contrôle conjoint.

La mise en équivalence est adoptée pour les sociétés sur lesquelles le Groupe exerce, directement ou indirectement, une influence notable dans la gestion et la politique financière.

Le tableau 6.2 présente la liste des sociétés consolidées et la méthode de consolidation retenue pour chacune de ces sociétés.

Toutes les transactions significatives entre les sociétés consolidées globalement sont éliminées. Les transactions avec les sociétés intégrées en proportionnelle sont éliminées à hauteur du pourcentage d'intégration.

Les résultats internes à l'ensemble consolidé sont également éliminés.

1.3 Dates de clôture des comptes

Toutes les sociétés du Groupe clôturent leurs comptes au 31 décembre.

1.4 Méthode de conversion monétaire

Les comptes des sociétés étrangères sont convertis sur la base :

- des cours de change officiels en vigueur à la fin de l'exercice pour les comptes de bilan ;
- des cours moyens de l'année pour les comptes de résultat.

Les différences de change ayant trait à un élément monétaire qui fait en substance partie intégrante de l'investissement net du Groupe dans les sociétés étrangères consolidées sont inscrites dans les capitaux propres consolidés jusqu'à la cession ou à la liquidation de cet investissement net, date à laquelle elles sont inscrites en produits ou en charges dans le résultat comme les autres écarts de conversion. Ce traitement a été appliqué aux deux sociétés JCDecaux Uruguay et JCDecaux Salvador (Brésil).

1.5 Immobilisations incorporelles

Les frais d'établissement ainsi que les frais de recherche et de développement sont constatés en charges par nature, dans le compte de résultat, lorsqu'ils sont engagés.

Les concessions et brevets sont amortis sur leur durée de vie juridique.

Seuls les logiciels significatifs (de type ERP), individualisés et clairement identifiés, sont immobilisés et amortis sur une durée de 5 ans maximum. Les autres logiciels sont constatés en charges de l'exercice.

Les fonds de commerce sont totalement amortis l'année où ils sont enregistrés dans les comptes.

1.6 Écarts d'acquisition

La différence entre le coût d'acquisition des titres des sociétés consolidées et la quote-part acquise dans les capitaux propres retraités aux normes Groupe est, après analyse, répartie entre :

- les écarts d'évaluation positifs ou négatifs afférents à certains éléments identifiables du bilan ;
- l'écart d'acquisition pour le solde non affecté.

Le coût d'acquisition des titres inclut les frais d'acquisition de ces titres (honoraires, ...).

Les écarts d'acquisition font l'objet d'un amortissement selon la méthode linéaire sur une période n'excédant pas 20 ans.

Lorsque des circonstances particulières le justifient (modifications profondes et structurelles des conditions techniques, réglementaires ou de marché, en cas de projet de cession ou de rentabilité insuffisante, ...), une dépréciation des écarts d'acquisition est constatée, au-delà des amortissements prévus, par la constitution d'une provision conformément à la méthodologie décrite en note 1.8.

1.7 Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles figurent au bilan à leur coût d'acquisition d'origine.

Les dotations aux amortissements sont déterminées selon les durées normales d'utilisation suivantes :

	Durées d'amortissement
Immobilisations corporelles	
- Bâtiments et constructions	10 à 50 ans
- Installations techniques, matériel et outillage (hors mobiliers urbains et panneaux)	5 à 10 ans
- Mobiliers urbains et panneaux	2 à 10 ans
Autres immobilisations corporelles	
- Agencements divers, aménagements	5 à 10 ans
- Matériel de transport	3 à 10 ans
- Matériel informatique	3 à 5 ans
- Mobilier	5 à 10 ans

Mobiliers urbains

Les mobiliers urbains (Atribus, Mupis®, Seniors®, Journaux Électroniques d'Information (JEI), Sanisettes, Colonnes Morris, etc.) sont amortis en mode linéaire sur des durées comprises entre 7 et 10 ans.

Panneaux d'affichage

Les panneaux d'affichage font l'objet d'un mode d'amortissement propre aux pays concernés, déterminé en fonction de la réglementation et des conditions économiques locales.

La principale méthode d'amortissement est le mode linéaire sur une durée comprise entre 2 et 10 ans. À noter qu'en France, les panneaux classiques sont amortis sur une durée de 4 ans en mode dégressif.

Les coûts structurels de maintenance des mobiliers urbains sont immobilisés dans la mesure où ils contribuent à prolonger la durée de vie des mobiliers au-delà de la durée de vie économique initialement prévue, et sont amortis sur une durée égale à la moitié de la durée d'amortissement du mobilier urbain.

1.8 Évaluation des immobilisations corporelles et incorporelles et des écarts d'acquisition

L'évaluation des actifs (immobilisations incorporelles, corporelles et écarts d'acquisition) est revue, en fin d'exercice, en fonction des perspectives de rentabilité future, en comparant la valeur nette comptable de ces actifs et leur valeur d'usage, ce qui peut, le cas échéant, donner lieu à une dépréciation. Cette valeur d'usage est appréhendée au niveau de chacun des segments d'activité (Affichage, Mobilier Urbain, Transport), sur la base, notamment des flux de trésorerie actualisés futurs dégagés par ces actifs, de leur valeur résiduelle et des synergies attendues au niveau du Groupe.

La méthodologie suivie est la suivante :

- identification des filiales dont les actifs seraient susceptibles de faire l'objet d'une perte de valeur. Cette analyse repose sur une projection de l'EBITDA 2004 sur la durée résiduelle des contrats pour les

activités Mobilier Urbain et Transport. Pour l'activité Affichage, une durée de 15 ans est retenue avec prise en compte de la valeur résiduelle des actifs ;

- revue des filiales identifiées dans le cadre de l'analyse décrite ci-dessus. Une analyse de la valeur d'utilité des actifs des filiales concernées est réalisée en se fondant sur les flux de trésorerie futurs actualisés dégagés par ces actifs. Cette valeur repose sur les hypothèses suivantes :
 - les flux annuels de trésorerie correspondent au plan d'affaires du Groupe ;
 - la durée résiduelle des contrats pour le mobilier urbain et pour le transport est affinée avec une hypothèse de probabilité de renouvellement à l'échéance. Dans le segment Transport, pour les aéroports majeurs, l'hypothèse retenue est la prise en compte d'un renouvellement du contrat à l'échéance ;
 - la durée retenue pour l'activité Affichage reste inchangée (15 ans) avec prise en compte de la valeur résiduelle des actifs ;
 - le taux d'actualisation utilisé s'élève à 8,5 %, il est déterminé à partir du coût moyen pondéré du capital ;
- comparaison pour chaque segment d'activité (Mobilier Urbain, Affichage et Transport) des valeurs d'utilité avec les valeurs comptables des actifs.

La valeur d'utilité pour un segment d'activité donné est la somme des valeurs d'utilité des filiales appartenant à ce segment.

Au 31 décembre 2004, dans le cadre de la revue des valeurs des actifs du Groupe, effectuée conformément à la méthode décrite ci-dessus, aucune perte de valeur n'a été identifiée.

Par ailleurs, dans certaines circonstances exceptionnelles (perte d'un contrat spécifique ayant de faibles synergies au niveau du segment d'activité), le Groupe peut être amené à enregistrer une dépréciation pour perte de valeur analysée au niveau d'une filiale et non d'un segment d'activité. À ce titre, une dépréciation exceptionnelle a été constatée en 2004 pour un montant de 3,0 millions d'euros.

1.9 Titres de participation non consolidés

Cette rubrique est constituée des titres de participation détenus dans les sociétés n'ayant pas eu d'activité au cours de l'exercice 2004 ou sur lesquelles le Groupe n'exerce pas d'influence notable, ou enfin dont la contribution aux états financiers consolidés ne serait pas significative, du fait notamment de la prédominance de transactions intragroupe enregistrées dans leurs comptes.

Les titres de participation dans les sociétés non consolidées font l'objet d'une dépréciation lorsque leur valeur d'usage ou d'utilité, appréciée titre par titre, devient inférieure à leur coût historique. Les valeurs d'usage et d'utilité tiennent compte de la quote-part des capitaux propres et des perspectives de rentabilité.

1.10 Stocks

Les stocks sont composés principalement :

- de mobiliers urbains et de panneaux d'affichage en pièces détachées ou partiellement montés ;

- de pièces nécessaires à la maintenance du mobilier urbain installé.

Les stocks sont valorisés à leur coût d'achat moyen pondéré pouvant également incorporer des coûts internes de montage. Ils sont, le cas échéant, dépréciés lorsque les perspectives commerciales peuvent entraîner un risque d'écoulement pour une valeur inférieure à la valeur au bilan.

Lorsqu'ils sont vendus au sein du Groupe ou à des tiers, ces stocks incorporent des coûts directs ou indirects de production.

1.11 Provisions sur clients et comptes rattachés

Une provision pour dépréciation des comptes clients est pratiquée lorsque leur valeur de recouvrement est inférieure à leur valeur comptable.

1.12 Valeurs mobilières de placement

Les valeurs mobilières de placement sont évaluées à leur coût d'acquisition ou à leur valeur d'inventaire si celle-ci est inférieure. Dans le cas où leur valorisation à la date de clôture fait apparaître une moins-value globale par catégorie de titres, une provision pour dépréciation est comptabilisée à due concurrence.

1.13 Provision pour retraites et avantages assimilés

Les engagements du Groupe résultant de régimes à prestations définies, ainsi que leur coût, sont déterminés selon la méthode des unités de crédit projetées.

Cette méthode consiste à évaluer l'engagement en fonction du salaire projeté en fin de carrière et des droits acquis à la date d'évaluation, déterminés selon les dispositions de la convention collective, des accords d'entreprise ou des droits légaux en vigueur.

Les hypothèses actuarielles utilisées pour déterminer les engagements varient selon les conditions économiques prévalant dans le pays dans lequel le régime est situé et les hypothèses démographiques propres à chaque société.

Ces régimes sont soit financés, leurs actifs étant alors gérés séparément et indépendamment de ceux du Groupe, soit partiellement ou non financés, leurs engagements faisant l'objet d'une provision au bilan.

Pour les avantages postérieurs à l'emploi à prestations définies, les écarts actuariels représentant plus de 10 % du montant des engagements ou de la valeur de marché des placements sont amortis sur la durée résiduelle moyenne de présence des salariés au sein du Groupe. Le coût des services passés est amorti, selon un mode linéaire, sur la durée moyenne restant à courir jusqu'à ce que les droits correspondants soient acquis au personnel.

Pour les avantages à long terme, les écarts actuariels générés ainsi que le coût des services passés sont immédiatement comptabilisés en charges ou en produits l'exercice de leur constatation.

1.14 Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires du Groupe provient principalement de la vente d'espaces publicitaires sur des équipements de mobilier urbain, des panneaux d'affichage et de la publicité dans les transports.

Les ventes d'espaces publicitaires, les locations et les prestations de services sont enregistrées en chiffre d'affaires pour la période pendant laquelle la prestation est exercée.

Le chiffre d'affaires provenant de la vente d'espaces publicitaires est présenté sur une base nette, après déduction des remises commerciales. Pour l'activité Affichage et dans certains pays, des commissions sont versées par le Groupe aux agences de publicité et aux centrales d'achat d'espaces publicitaires lorsque celles-ci jouent le rôle d'intermédiaire entre le Groupe et les annonceurs. Ces commissions sont alors déduites du chiffre d'affaires. Dans les contrats où le Groupe paie une redevance variable, ou reverse une partie de ses recettes publicitaires aux concédants, le Groupe comptabilise en chiffre d'affaires les recettes publicitaires avant les redevances et versements aux concédants, et comptabilise les redevances et la partie du chiffre d'affaires reversée en charges d'exploitation, dans la mesure où le Groupe n'agit pas en tant que mandataire mais assume les risques et avantages liés à l'activité.

1.15 Résultat courant et résultat exceptionnel

Les charges et produits exceptionnels sont constitués des éléments significatifs qui, en raison de leur nature, de leur caractère inhabituel et de leur non-réurrence, ne peuvent être considérés comme inhérents à l'activité opérationnelle du Groupe, tels que les plus ou moins-values de cession et frais accessoires ou pénalités diverses.

1.16 Impôts exigibles et différés

Le Groupe comptabilise des impôts différés pour l'ensemble des différences temporaires entre les valeurs fiscales et comptables des actifs et passifs au bilan consolidé. Selon la méthode du report variable, les impôts différés sont calculés en appliquant le dernier taux d'impôt en vigueur. Les actifs d'impôts différés font l'objet d'une provision pour dépréciation lorsque leur réalisation future est incertaine.

La charge d'impôt sur le résultat consolidé correspond à l'impôt exigible de chaque entité fiscale consolidée, corrigé des impôts différés.

Les impôts différés enregistrés proviennent pour l'essentiel des retraitements de consolidation (harmonisation des méthodes et durées d'amortissement des immobilisations corporelles et incorporelles), des différences temporaires entre le résultat social et le résultat fiscal. Des impôts différés actifs sur déficits reportables sont constatés systématiquement et font l'objet d'une provision lorsque leur récupération sur une durée raisonnable n'est pas quasi certaine.

1.17 Instruments financiers

Les intérêts relatifs aux swaps de taux, caps et floors contractés afin de se couvrir contre le risque de taux d'intérêt sont inclus dans le résultat financier. Les primes liées aux caps et floors sont comptabilisées en charges à répartir et amorties sur la durée de vie du contrat de couverture. L'évaluation à la valeur de marché de ces instruments fait l'objet d'une mention spécifique en engagements hors bilan.

Les gains et pertes latents induits par les opérations de change à terme, mis en place pour couvrir le risque de change, sont pris en compte dans le résultat financier du Groupe. Ils viennent compenser les pertes ou gains latents sur les éléments couverts.

1.18 Location financement et location simple

Le Groupe n'applique pas la méthode préférentielle (selon le règlement n° 99-02 du Comité de Réglementation Comptable, relatif aux comptes consolidés) consistant à retraiter les contrats de location financement dans les comptes consolidés. Dans la perspective de la première application des normes internationales, le Groupe a entrepris de recenser toutes les opérations de ce type présentant individuellement un caractère significatif.

Une description des engagements du Groupe en termes de loyers, baux, redevances fixes et minima garantis, est fournie dans la note 4.3 relative aux engagements hors bilan.

1.19 Résultat net par action

Le calcul du résultat par action reprend le nombre moyen pondéré d'actions hors stock options. Le calcul dilué prend en compte le nombre moyen pondéré d'actions ainsi que le nombre moyen pondéré de stock options émises ou annulées au cours de l'exercice. Le montant pondéré des actions propres rachetées est déduit du nombre moyen pondéré d'actions pris en compte pour le calcul du ratio.

2. COMMENTAIRES SUR LE BILAN

2.1 Évolution du périmètre de consolidation en 2004

Les principales variations de périmètre intervenues au cours de l'exercice 2004 sont les suivantes :

- **Entrées de périmètre**

La société Gewista Service GmbH (Autriche), nouvellement créée, et détenue à 100 % par Gewista, est consolidée pour la première fois en 2004 par intégration globale.

JCDecaux-Publimedia (Espagne), nouvellement créée pour exploiter le contrat du métro de Barcelone, en partenariat avec Publimedia, est consolidée pour la première fois en 2004 par intégration globale. Elle est détenue à 70 % par JCDecaux España SL.

La société WFA Wartehallen Finanz AG, acquise en 2004 pour 4,5 millions d'euros, est consolidée pour la première fois en 2004 par intégration globale.

• Fusions

La société RCI, détenue à 100 % par la société JCDecaux SA, a été dissoute par absorption par JCDecaux SA, avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2004.

La société IGP Decaux Affichage (Italie), intégrée proportionnellement à 32,35 % et détenue à 100 % par la société IGP Decaux (consolidée également par intégration proportionnelle à 32,35 %), a été absorbée par cette dernière au 1^{er} janvier 2004.

La société Europlakat Usti nad Labem (République tchèque), détenue à 100 % par la société Europlakat Spol Sro, a fusionné au 1^{er} janvier 2004 dans la société Europlakat Spol Sro (consolidée par intégration globale).

• Variations du pourcentage de détention

En mars 2004, la société Europoster BV a racheté, pour 7,5 millions d'euros, 25 % complémentaires de la société Univier Communications BV. À l'issue de cette acquisition complémentaire, le groupe JCDecaux détient 75 % du groupe Unicom constitué d'Univier Communications BV (Pays-Bas) et ses filiales à 100 %, JCDecaux Unicom Baltic SIA (Lettonie), JCDecaux Unicom Eesti OU (Estonie), et JCDecaux Unicom UAB (Lituanie). Ces sociétés restent intégrées proportionnellement, le groupe JCDecaux exerçant un contrôle conjoint depuis le 1^{er} juillet 2003.

En mai 2004, la société JCDecaux New York LLC a racheté, pour 2,2 millions de dollars (environ 1,8 million d'euros), les 30 % complémentaires de JCDecaux New York Inc. (société sans activité), ce qui porte le pourcentage de détention à 100 %.

Les opérations suivantes sont intervenues en Europe centrale dans le périmètre de la société Europlakat International Werbe GmbH :

- en mai 2004, la société Europlakat International Werbe GmbH (consolidée par intégration proportionnelle à 50 %) a acquis 20 % de la société Europlakat Yu Doo (Serbie) pour un montant de 320 000 euros. À l'issue de cette acquisition complémentaire, la société Europlakat Yu Doo est détenue à 100 % par Europlakat International Werbe GmbH ;
- par ailleurs, la société Europlakat International Werbe GmbH a également procédé à la cession, en juin 2004, de 12,5 % des titres de la société AQMI, holding, détenant 100 % des titres Alma Quattro (Serbie Monténégro), ce qui porte le pourcentage d'intérêt du Groupe dans ces deux sociétés à 29,3 % contre 33,5 % auparavant ;
- enfin, fin juin 2004, la société Proreklam Europlakat Doo (filiale de Europlakat International Werbe GmbH en Slovénie) a racheté, pour un montant équivalent à 45 000 euros, 3 % complémentaires des titres de Plakataranje Doo (Slovénie), ce qui porte le pourcentage de détention direct à 54 %.

• Sorties de périmètre

La société Pearl & Dean Publishing (Australie), dont l'activité a cessé et auparavant consolidée par intégration globale, est sortie du périmètre au 1^{er} janvier 2004 (déconsolidation sans cession).

La société Aguesseau, jugée non significative, est déconsolidée au 1^{er} janvier 2004.

L'impact sur le chiffre d'affaires consolidé du Groupe des opérations d'acquisition et de partenariat intervenues au cours de l'exercice 2004 est de 5,7 millions d'euros, dont 4,4 millions d'euros sur l'activité Mobilier Urbain et 1,3 millions d'euros sur l'activité Transport.

2.2 Écarts d'acquisition

Au 31 décembre 2004, les écarts d'acquisition représentent 1 484,6 millions d'euros en valeur brute et sont amortis à hauteur de 370,9 millions d'euros.

Les écarts d'acquisition figurant dans les comptes au 31 décembre 2004, 2003 et 2002 se décomposent comme suit en valeur nette comptable :

<i>En millions d'euros</i>	31/12/2004	31/12/2003	31/12/2002
Pôle Média Communication Publicité extérieure (Pôle Avenir)	552,5	590,4	623,0
Apports de JCDecaux Holding et des minoritaires en 2000	110,3	117,3	124,3
Partenariats Autriche, Suisse et Europe centrale ⁽¹⁾	245,1	259,5	155,7
Partenariat IGP (Italie)	37,4	39,7	42,0
Acquisition Planigrama (Espagne)	10,2	13,3	17,0
Univier Communications BV - Pays-Bas (Partenariat Unicom - pays Baltes)	13,5	7,7	7,5
Participations Wall (35 % dans Wall AG et 50 % dans Wall USA)	49,6	52,1	
Autres	95,1	98,6	110,5
TOTAL	1 113,7	1 178,6	1 080,0

(1) Comprend depuis 2003 le complément d'écart d'acquisition dû à la fin de l'accord de partenariat en Autriche et en Europe centrale entre le groupe JCDecaux et B&C Holding. À l'issue de cette opération effective en août 2003, JCDecaux SA détient directement 30 % de la société Affichage Holding, et via sa filiale JCDecaux Central Eastern Europe Holding GmbH détenue à 100 %, 67 % de la société Gewista. Comprend également l'écart d'acquisition lié à Alma Quattro (Serbie et Monténégro).

La variation des écarts d'acquisition sur 2004 est la suivante :

<i>En millions d'euros</i>	Valeur nette
Au 1 ^{er} janvier 2004	1 178,6
Nouveaux écarts d'acquisition constatés sur l'exercice	10,6
- Univier Communications BV (IP)	6,6
- WFA Wartehallen Finanz AG	3,1
- Autres	0,9
Dotations aux amortissements et aux provisions	-75,7
Écart de conversion	0,2
AU 31 DÉCEMBRE 2004	1 113,7

2.3 Immobilisations corporelles

Détail par nature

<i>En millions d'euros</i>	Montants bruts 31/12/2004	Amortissements ou provisions 31/12/2004	Montants nets 31/12/2004	Montants nets 31/12/2003	Montants nets 31/12/2002
Terrains	32,0	1,2	30,8	29,6	30,9
Constructions	63,1	34,0	29,1	33,3	37,9
Installations techniques, matériel et outillage	1 684,2	1 140,3	543,9	549,8	580,8
Autres	203,8	158,5	45,3	51,1	62,0
Immobilisations en cours	19,4	0,4	19,0	11,1	10,2
Avances et acomptes	0,8		0,8	0,4	0,5
TOTAL	2 003,3	1 334,4	668,9	675,3	722,3

Au 31 décembre 2004, les immobilisations corporelles brutes s'élevaient à 761,4 millions d'euros en France et 1241,9 millions d'euros à l'étranger contre respectivement 736,6 millions d'euros et 1176,2 millions d'euros au 31 décembre 2003.

Au 31 décembre 2004, les immobilisations corporelles nettes s'élevaient

à 668,9 millions d'euros contre 675,3 millions d'euros au 31 décembre 2003.

Au 31 décembre 2004, les immobilisations corporelles nettes de l'activité Mobilier Urbain s'élevaient à 492,6 millions d'euros contre 505,8 millions d'euros au 31 décembre 2003.

Au 31 décembre 2004, les immobilisations corporelles nettes de l'activité Affichage s'élèvent à 151,4 millions d'euros contre 140,8 millions d'euros au 31 décembre 2003.

Au 31 décembre 2004, les immobilisations corporelles nettes de l'activité Transport s'élèvent à 24,9 millions d'euros contre 28,7 millions d'euros au 31 décembre 2003.

Variations de l'exercice en valeur brute

	Terrains	Constructions	Installations techniques, matériel et outillage	Autres immobilisations corporelles	Total
<i>En millions d'euros</i>					
AU 1^{er} JANVIER 2002	34,8	75,9	1 452,5	236,2	1 799,4
Évolution du périmètre			7,3	1,2	8,5
Activation maintenance (exercice 2002)			22,2		22,2
Acquisitions		2,4	111,0	20,8	134,2
Cessions	-0,4	-2,5	-50,1	-11,3	-64,3
Conversion	-1,8	-0,4	-42,9	-4,5	-49,6
Reclassements ⁽¹⁾	0,1	2,9	5,0	-7,4	0,6
AU 31 DÉCEMBRE 2002	32,7	78,3	1 505,0	235,0	1 851,0
Évolution du périmètre			-0,3	0,1	-0,2
Activation maintenance (exercice 2003)			21,4		21,4
Acquisitions	1,5	0,7	97,3	21,8	121,3
Cessions	-0,8	-0,8	-31,6	-9,8	-43,0
Conversion	-2,2	-0,5	-30,1	-4,2	-37,0
Reclassements ⁽¹⁾			10,3	-11,0	-0,7
AU 31 DÉCEMBRE 2003	31,2	77,7	1 572,0	231,9	1 912,8
Évolution du périmètre			3,6	0,3	3,9
Activation maintenance (exercice 2004)			27,7		27,7
Acquisitions	2,2	0,7	96,7	39,4	139,0
Cessions	-0,4	-14,7	-30,0	-29,7	-74,8
Conversion	0,0	0,0	-7,1	-0,3	-7,4
Reclassements ⁽¹⁾	-1,0	-0,6	21,3	-17,6	2,1
AU 31 DÉCEMBRE 2004	32,0	63,1	1 684,2	224,0	2 003,3

(1) L'impact net des reclassements n'est pas nul, certains reclassements impactant d'autres postes du bilan.

2.4 Immobilisations financières

Elles sont composées des titres mis en équivalence, des titres de participation non consolidés, des prêts accordés à des sociétés non consolidées et des autres immobilisations financières.

Décomposition du poste en valeur nette comptable

<i>En millions d'euros</i>	31/12/2004	31/12/2003	31/12/2002
Titres mis en équivalence	56,3	55,0	49,2
Titres non consolidés ⁽¹⁾	7,0	5,8	21,5
Prêts	11,6	9,4	4,0
Créances rattachées	0,1	0,6	0,4
Autres immobilisations financières	5,8	5,1	4,7
TOTAL	80,8	75,9	79,8

(1) La diminution de 15,7 millions d'euros entre 2002 et 2003 est liée principalement à l'impact de l'entrée de Wall AG dans le périmètre de consolidation en tant que société mise en équivalence.

Titres mis en équivalence

<i>En millions d'euros</i>	% d'intérêt 2004	31/12/2004	31/12/2003	31/12/2002
Suisse				
Affichage Holding	30,00	43,3	42,6	45,7
Pays-Bas				
Univier Communications BV ⁽¹⁾	75,00	-	-	1,6
Allemagne				
Stadtreklame Nürnberg GmbH	35,00	2,4	2,0	1,8
Ilg Aussenwerbung Zacharias	10,00	0,1	0,1	0,1
Wall AG	35,00	11,0	10,6	-
États-Unis				
Wall Holdings / Wall USA Inc.	50,00	-0,5	-0,3	-
TOTAL		56,3	55,0	49,2

(1) Cette société a été acquise en 2002. Elle est intégrée en proportionnelle depuis le 1^{er} juillet 2003.

La variation des titres mis en équivalence est la suivante :

<i>En millions d'euros</i>	31/12/2003	Résultat	Dividendes	Périmètre	Conversion	31/12/2004
Affichage Holding	42,6	3,9	-3,6	-	0,4	43,3
Stadtreklame Nürnberg	2,0	0,7	-0,3	-	-	2,4
Ilg Aussenwerbung Zacharias	0,1	-	-	-	-	0,1
Wall AG	10,6	1,6	-0,6	-0,6	-	11,0
Wall Holdings / Wall USA Inc.	-0,3	-0,6	-	0,4	-	-0,5
TOTAL	55,0	5,6	-4,5	-0,2	0,4	56,3

Titres non consolidés

<i>En millions d'euros</i>	% capital	Résultat 2004	Capitaux propres 31/12/2004 ⁽¹⁾	Valeur brute des titres au 31/12/2004	Valeur nette des titres au 31/12/2004
France					
Gommage et Aspiration	79,93	-0,1	-0,5	0,2	0,0
Affimétrie	33,00	0,0	0,4	0,2	0,2
Autriche					
ARGE Autobahnwerbung ⁽²⁾	50,00	0,4	0,8	0,1	0,1
Objekt Werbung GmbH ⁽²⁾	25,00	0,2	-0,5	0,9	0,6
Italie					
Ser Com	51,00	0,2	0,5	0,1	0,1
SIPA	49,00	0,4	0,5	0,3	0,3
ASPE ⁽²⁾	49,00	0,2	0,3	0,2	0,2
Pubblisuccesso Lombardia ⁽²⁾	100,00	0,0	0,3	0,1	0,1
Portugal					
JCDecaux Neonlight Portugal	67,04	0,1	0,1	0,0	0,0
Suède					
Outdoor Impact AB	48,50	0,0	0,0	0,5	0,5
République tchèque					
ISPA Brno Spol Sro	100,00	0,0	0,0	0,3	0,3
Slovénie					
N.B.S.H. Proreklam-Europlakat Prishtina	60,00	0,0	-0,1	0,0	0,0
Madison	30,00	0,1	0,5	0,4	0,4
Amériques					
UDC-JCDecaux Airport	50,00	0,1	0,0	0,6	0,0
UTE JCDecaux Argentina	50,00	0,1	0,5	0,3	0,2
Asie-Pacifique					
JCDecaux Macau	80,00	0,0	0,1	0,1	0,1
Pearl & Dean Pty Ltd. et Pearl & Dean Fidji	100,00	0,0	3,4	3,5	3,5
JCDecaux Neonlight	100,00	0,1	0,0	0,8	0,0
Autres					
				0,6	0,4
TOTAL				9,2	7,0

(1) Hors résultat net de l'exercice.

(2) Données 2003 pour le résultat net et les capitaux propres.

2.5 Stocks

<i>En millions d'euros</i>	31/12/2004	31/12/2003	31/12/2002
Valeur brute des stocks	99,7	109,8	104,8
Provisions	-23,9	-14,4	-12,2
VALEUR NETTE DES STOCKS	75,8	95,4	92,6

La valeur brute des stocks au 31 décembre 2004 diminue de 3,0 millions d'euros sur les sociétés françaises, principalement sur JCDecaux SA pour 3,0 millions d'euros et diminue de 7,1 millions d'euros sur les sociétés étrangères, principalement sur Gewista pour 5,4 millions d'euros. Ces diminutions sont liées à des installations significatives de mobiliers urbains en 2004.

La provision sur stocks augmente de 9,5 millions d'euros dont 9,1 millions d'euros sur JCDecaux SA.

2.6 Créances clients et provision pour dépréciation des créances clients

<i>En millions d'euros</i>	31/12/2004	31/12/2003	31/12/2002
Créances clients (valeur brute)	435,3	417,0	436,4
Provision pour dépréciation	-30,7	-30,3	-33,3
CRÉANCES CLIENTS (valeur nette)	404,6	386,7	403,1

La valeur brute au 31 décembre 2004 diminue de 1,7 million d'euros sur les sociétés françaises et augmente de 20,0 millions d'euros sur les sociétés étrangères.

2.7 Autres créances

<i>En millions d'euros</i>	31/12/2004	31/12/2003	31/12/2002
- Autres créances d'exploitation	27,0	19,6	17,2
Provisions sur autres créances d'exploitation	-0,2	-0,4	-0,1
- Créances diverses	9,1	9,6	8,3
Provisions sur créances diverses	-4,0	-1,7	-0,8
- Créances fiscales diverses	31,2	46,9	31,8
- Créances sur immobilisations	0,1	0,1	0,2
- Avances et acomptes versés	5,0	6,1	7,2
- Charges constatées d'avance	56,5	45,2	46,5
- Charges à répartir	3,4	16,3	16,4
Total autres créances	132,3	143,8	127,6
Total Provisions sur autres créances	-4,2	-2,1	-0,9
TOTAL AUTRES CRÉANCES "NETTES"	128,1	141,7	126,7

Entre 2004 et 2003, la variation sur les autres créances s'explique principalement par la baisse des créances fiscales sur JCDecaux SA.

2.8 Valeurs mobilières de placement

<i>En millions d'euros</i>	31/12/2004	31/12/2003	31/12/2002
France	0,5	85,3	73,0
Espagne	1,6		8,7
Finlande	0,5	0,5	0,5
Portugal	0,1	0,1	0,2
TOTAL	2,7	85,9	82,4

Il n'y a pas d'écart significatif entre la valeur d'inventaire et la valeur de marché des valeurs mobilières de placement.

La diminution des valeurs mobilières de placement résulte de la mise en place par JCDecaux SA d'une ligne de crédit revolver qui a permis le remboursement par anticipation de la tranche A non revolver de son crédit syndiqué.

2.9 Impôts différés nets

2.9.1 Impôts différés comptabilisés

<i>En millions d'euros</i>	31/12/2004	31/12/2003	31/12/2002
Impôts différés actifs (nets de provisions)	13,3	15,0	29,7
Impôts différés passifs	-27,3	-16,5	-20,7
TOTAL	-14,0	-1,5	9,0

Les impôts différés ont diminué de 12,5 millions d'euros entre 2003 et 2004. Cette diminution provient principalement de la France pour 9,6 millions d'euros, de la Suède pour 1,1 million d'euros, de l'Australie pour 1,1 million d'euros, du Royaume-Uni pour 0,9 million d'euros, du Danemark et de l'Islande pour 0,8 million d'euros, avec en contrepartie une augmentation de 1,3 million d'euros de l'Espagne.

2.9.2 Impôts différés actifs sur reports déficitaires non reconnus

Au 31 décembre 2004, le montant des impôts différés actifs liés à des reports déficitaires comptabilisés et intégralement dépréciés se monte à 25,4 millions d'euros. Ce montant est composé des reports déficitaires des zones géographiques suivantes : Amérique du Nord pour 9,7 millions d'euros, Europe pour 9,6 millions d'euros, Amérique du Sud pour 3,5 millions d'euros et Asie pour 2,6 millions d'euros.

2.10 Variation des capitaux propres part du Groupe

<i>En millions d'euros</i>	Capital	Primes	Réserves consolidées	Total
CAPITAUX PROPRES AU 31 DÉCEMBRE 2001	3,4	923,2	395,3	1321,9
Résultat de l'exercice			26,0	26,0
Dividendes versés ⁽¹⁾				
Rachat d'actions propres ⁽²⁾			-2,1	-2,1
Variation des écarts de conversion			-32,4	-32,4
CAPITAUX PROPRES AU 31 DÉCEMBRE 2002	3,4	923,2	386,8	1313,4
Résultat de l'exercice			40,9	40,9
Dividendes versés ⁽¹⁾				
Changement de méthode ⁽³⁾			-4,5	-4,5
Variation des écarts de conversion			-16,0	-16,0
CAPITAUX PROPRES AU 31 DÉCEMBRE 2003	3,4	923,2	407,2	1333,8
Résultat de l'exercice			78,1	78,1
Dividendes versés ⁽¹⁾				
Augmentation de capital ⁽⁴⁾		6,1		6,1
Variation des écarts de conversion			-1,6	-1,6
CAPITAUX PROPRES AU 31 DÉCEMBRE 2004	3,4	929,3	483,7	1416,4

(1) La société n'a pas distribué de dividendes.

(2) JCDecaux SA a racheté 200 000 de ses actions propres en août et octobre 2002 pour un total de 2,1 millions d'euros.

(3) Engagements de retraite et avantages au personnel.

(4) Augmentation de capital et prime d'émission chez JCDecaux SA suite aux levées d'options de souscription d'actions.

Au 31 décembre 2004 le capital social est composé de 221 993 669 actions.

2.11 Variation des capitaux propres minoritaires

<i>En millions d'euros</i>	2004	2003	2002
CAPITAUX PROPRES MINORITAIRES AU 1^{ER} JANVIER	31,4	64,2	68,8
Résultat de l'exercice	10,7	14,2	17,5
Distribution de dividendes	-12,5	-7,9	-12,2
Variation des écarts de conversion	0,1	-0,7	0,2
Variation de périmètre	-0,1	-38,3	-10,1
Changement de méthode	-	-0,1	-
CAPITAUX PROPRES MINORITAIRES AU 31 DÉCEMBRE	29,6	31,4	64,2

2.12 Provisions pour risques et charges

Les provisions pour risques et charges se décomposent comme suit :

	31/12/2004	31/12/2003	31/12/2002
Provisions pour risques et charges	99,4	86,4	72,0
Provisions pour retraites et assimilés	24,9	28,2	10,6
TOTAL	124,3	114,6	82,6

Variation des provisions pour risques et charges

<i>En millions d'euros</i>	31/12/2003	Dotations	Reprises	Reclassements	Conversion	31/12/2004
Provision risques	23,5	6,8	-4,2	-0,2	-0,1	25,8
Provision démontage ⁽¹⁾	61,5	6,7	-	0,0	-0,3	67,9
Provisions pour retraites et assimilés	28,2	2,5	0,0	-6,0	0,2	24,9
Provision restructuration	0,2	0,1	-0,3	0,0	-	0,0
Provision charges	1,2	0,5	-1,4	5,5	-0,1	5,7
TOTAL PROVISIONS	114,6	16,6	-5,9	-0,7	-0,3	124,3

(1) Les provisions pour risques et charges sont principalement constituées des provisions pour démontage concernant le mobilier urbain. Elles sont déterminées à l'issue de chaque exercice à partir de la taille du parc et du coût unitaire de démontage (main d'œuvre, coût de la destruction et réfection des sols).

Il n'existe pas sur 2004 de reprise de provision significative sans contrepartie.

Les provisions pour démontage sont étalées sur la durée des contrats, et ne font pas l'objet d'une actualisation. Les provisions pour démontage faisant l'objet d'une réestimation en fin d'année, une dotation nette est constatée sur l'exercice. À l'échéance du contrat, le coût de démontage est provisionné à 100 %.

Les provisions pour litiges représentent un montant de 8,9 millions d'euros au 31 décembre 2004. L'ensemble des litiges du Groupe fait l'objet d'une revue par la Direction juridique du Groupe.

L'appréciation du risque sur les litiges est effectuée au cas par cas, en fonction des positions des plaignants, des conseils juridiques et des éventuels jugements prononcés en première instance.

Les autres provisions sont notamment constituées de provisions pour risques sociaux pour un montant de 3,1 millions d'euros.

Provisions pour retraites et avantages assimilés

Les engagements à prestations définies du Groupe vis-à-vis du personnel sont principalement constitués d'engagements de retraite (indemnités conventionnelles de départs et prestations de retraites, retraites complémentaires dont bénéficient les cadres dirigeants de certaines filiales du Groupe) et d'autres avantages à long terme versés pendant la durée de l'emploi tels que les médailles du travail ou jubilées.

Les engagements du Groupe concernent principalement la France, le Royaume-Uni, l'Autriche et les Pays-Bas.

En France, les indemnités de fin de carrière sont calculées selon la convention nationale de la Publicité. Une partie de l'engagement est couvert par les cotisations versées à un fonds externe par les sociétés françaises du groupe JCDecaux.

Au Royaume-Uni, les engagements de retraite sont principalement constitués d'un plan de pension dont bénéficiait un certain nombre de salariés de la société JCDecaux United Ltd. En décembre 2002, les droits acquis au titre de ce régime ont été gelés.

En Autriche, les engagements sont principalement constitués d'indemnités légales de départ.

Aux Pays-Bas, les engagements de retraite sont principalement constitués d'un plan de pension, dont l'engagement est en partie couvert par les cotisations versées à un fonds externe.

Enfin, il existe deux régimes multi-employeurs à prestations définies en Suède (ITP plan) et en Finlande (TEL). Ces régimes n'ont pas fait l'objet d'une évaluation actuarielle, dans la mesure où, d'une part, il s'agit de régimes nationaux pour lesquels les informations nécessaires sont indisponibles à ce jour, d'autre part, le régime TEL est assimilé à un régime de Sécurité sociale.

Les provisions sont calculées avec les hypothèses suivantes :

Au 31 décembre	2004	2003
Taux d'actualisation	4,5 % - 7 %	4,9 % - 7 %
Taux de revalorisation de salaires	1,75 % - 4 %	2 % - 4 %
Taux de revalorisation des pensions	3 %	2 % - 3 %
Rendement attendu des actifs des régimes	5 % - 8 %	5 % - 8 %
Durée résiduelle moyenne de présence	14 - 20 ans	14 - 15 ans

Les engagements de retraite et autres avantages à long terme (avant effets fiscaux) s'analysent de la façon suivante :

En millions d'euros	Régimes de retraite		Autres engagements	Total
	non financés	financés		
Évolution de la dette actuarielle				
Ouverture	9,2	46,1	2,6	57,9
Coût normal	0,6	1,4	0,2	2,2
Intérêt sur la dette	0,5	2,5	0,1	3,1
Modifications de régimes				
Écarts actuariels	0,7	3,7	0,0	4,4
Prestations payées	-0,7	-1,1	-0,2	-2,0
Autres (écarts de change)		-0,2		-0,2
DETTE ACTUARIELLE À LA CLÔTURE	10,3	52,4	2,7	65,4
<i>dont France</i>	6,7	13,2	1,3	21,2
<i>dont autres pays</i>	3,6	39,2	1,4	44,2
Évolution des actifs				
Ouverture		27,4		27,4
Rendement réel		1,7		1,7
Contributions employeur		2,0		2,0
Prestations payées		-1,0		-1,0
Autres (écarts de change)		0,5		0,5
ACTIFS À LA CLÔTURE		30,6		30,6
<i>dont France</i>		4,1		4,1
<i>dont autres pays</i>		26,5		26,5
Provision				
Couverture financière	10,3	21,8	2,7	34,8
Écarts actuariels non amortis	-0,7	-1,7		-2,4
Coût des services passés non amortis	-1,4	-3,0		-4,4
PROVISION DE CLÔTURE ⁽¹⁾	8,2	17,1	2,7	28,0
<i>dont France</i>	4,7	5,9	1,3	11,9
<i>dont autres pays</i>	3,5	11,2	1,4	16,1
Charge de retraite				
Coût normal	0,6	1,4	0,3	2,3
Intérêt sur la dette	0,5	2,5	0,1	3,1
Rendement attendu des placements		-1,7		-1,7
Amortissement des écarts actuariels			-0,1	-0,1
Amortissement du coût des services passés	0,2	0,2		0,4
CHARGE DE L'EXERCICE	1,3	2,4	0,3	4,0
<i>dont France</i>	0,7	1,4	0,1	2,2
<i>dont autres pays</i>	0,6	1,0	0,2	1,8

(1) Le montant de 28,0 millions d'euros se décompose en 24,9 millions d'euros de provisions comptabilisées au passif du bilan au titre des engagements sociaux, -1,0 million d'euros de droit à remboursement relatif au régime de retraite autrichien et 4,1 millions d'euros figurant en "Autres dettes" et concernant une partie de l'obligation au titre des avantages sociaux au Royaume-Uni.

Les écarts actuariels négatifs restant à amortir au 31 décembre 2004 s'élèvent à 2,4 millions d'euros et concernent principalement le fonds de pension anglais et les sociétés françaises.

l'application de la loi Fillon, celui-ci faisant l'objet d'un amortissement sur la durée moyenne restant à courir jusqu'à ce que les droits correspondants soient acquis au personnel.

Le coût des services passés non amorti au 31 décembre 2004 s'élève à 4,4 millions d'euros et correspond au surcoût généré par

Sur l'exercice, les mouvements nets des régimes de retraite et assimilés sont les suivants :

<i>En millions d'euros</i>	2004
AU 1^{er} JANVIER 2004	27,2
Charge de l'exercice	4,0
Écarts de conversion	-0,2
Cotisations versées	-2,0
Prestations versées	-1,0
AU 31 DÉCEMBRE 2004	28,0

La décomposition des actifs des régimes couverts est la suivante :

<i>En millions d'euros</i>	2004	%
Actions	19,1	63
Obligations	9,9	32
Immobilier	0,7	2
Autres	0,9	3
TOTAL	30,6	100

2.13 Dettes financières

<i>En millions d'euros</i>	31/12/2004	31/12/2003	31/12/2002
Emprunts obligataires	367,8	375,0	
Emprunts auprès des établissements de crédit	117,5	394,6	737,7
Emprunts et dettes financières divers	10,3	11,2	8,3
TOTAL	495,6	780,8	746,0

Depuis l'émission d'un placement privé aux États-Unis par JCDecaux SA en 2003, les dettes financières principales du Groupe sont composées d'emprunts obligataires, d'emprunts et lignes de crédit auprès des établissements de crédit, la partie tirée se décomposant ainsi :

- le placement privé émis en 2003 aux États-Unis pour 367,8 millions d'euros ;
- une ligne de crédit revolver confirmée, mise en place par JCDecaux SA en 2003 dont le montant tiré au 31 décembre 2004 est de 65,0 millions d'euros ;
- des emprunts bancaires portés par les filiales directes et indirectes de JCDecaux SA, pour un montant de 52,5 millions d'euros.

Les emprunts et dettes financières divers comprennent (i) les emprunts actionnaires, souscrits par les filiales de JCDecaux SA non détenues à 100 % et accordés par les autres actionnaires de ces filiales pour un montant de 7,6 millions d'euros ; (ii) les intérêts courus sur les emprunts obligataires et auprès des établissements de crédit de l'ensemble des entités du Groupe ainsi que les intérêts courus sur les emprunts actionnaires pour un montant de 2,7 millions d'euros.

Par ailleurs, le Groupe disposait au 31 décembre 2004 de lignes de crédits bancaires confirmées non utilisées de 600 millions d'euros (part non tirée de la ligne mise en place par JCDecaux SA en 2003).

Caractéristiques des principales sources de financement du Groupe

Les sources de financement principales du Groupe sont portées par JCDecaux SA et sont constituées par :

- le placement privé émis aux États-Unis (USPP), comportant 5 tranches :

USPP	Tranche A	Tranches B et C	Tranches D et E
Montant	100 millions de dollars	100 millions de dollars et 100 millions d'euros	50 millions de dollars et 50 millions d'euros
Profil	Remboursable in fine	Remboursable in fine	Remboursable in fine
Échéance finale	Avril 2010	Avril 2013	Avril 2015

- une ligne de crédit revolver confirmée, mise en place en décembre 2003, d'un montant à l'origine de 550,0 millions d'euros et porté à 665,0 millions d'euros en février 2004 et comportant une tranche unique :

Ligne 2003	
Montant final	665 millions d'euros
Nature et profil	Revolver confirmée, Remboursable in fine
Échéance finale	Décembre 2008

La marge appliquée sur cette ligne de crédit varie de 0,375 % à 0,80 %, selon le rating du Groupe. Aux conditions de rating actuelles, la marge est de 0,475 %.

Ces sources de financement de JCDecaux SA sont confirmées, mais imposent le respect de "covenants" :

- ces covenants limitent la capacité du Groupe entre autres à :
 - accorder des sûretés ;
 - céder des actifs ;
 - faire porter sa dette par ses filiales ;
 - développer des activités autres que celles actuellement exercées dans le cadre de la communication extérieure (ligne de crédit revolver confirmée mise en place en 2003 uniquement).
- ils requièrent du Groupe de maintenir les ratios financiers suivants :
 - ratio de couverture d'intérêts : EBITDA consolidé/frais financiers nets consolidés strictement supérieur à 3,5 pour 1. Au 31 décembre 2004, ce ratio était de 18,2 pour 1 ;
 - ratio d'endettement net consolidé : dette nette consolidée/EBITDA consolidé strictement inférieur à 3,5 pour 1. Au 31 décembre 2004, ce ratio était de 1,0 pour 1.
- ils limitent les changements dans le contrôle de JCDecaux SA.

Le non respect de ces “covenants” peut impliquer l'exigibilité anticipée des emprunts et crédits.

Au 31 décembre 2004, le Groupe a satisfait à tous ces “covenants”.

Échéances des dettes financières (hors lignes de crédit confirmées non utilisées)

En millions d'euros	31/12/2004	31/12/2003	31/12/2002
Échéance à moins d'un an	21,6	345,5	210,4
Échéance à plus d'un an et moins de 5 ans	93,2	35,4	509,0
Échéance à plus de 5 ans	380,8	399,9	26,6
TOTAL	495,6	780,8	746,0

Ventilation des dettes financières par devise

Ventilation par devise d'origine des dettes (avant swaps d'émission et swaps de change)

En millions d'euros	31/12/2004	31/12/2003	31/12/2002
Euro	241,9	513,2	689,1
Dollar américain	217,8	225,0	
Couronne danoise	12,3	15,4	18,6
Couronne norvégienne	5,5	5,5	6,2
Baht thaïlandais	5,5	3,4	3,4
Peso chilien	4,8	4,6	2,8
Won coréen	3,6	1,4	1,4
Yen japonais	1,5	4,9	4,3
Dollar australien	1,1	4,8	19,1
Autres	1,6	2,6	1,1
TOTAL	495,6	780,8	746,0

Ventilation par devise d'origine des dettes (après swaps d'émission et swaps de change)

	31/12/2004	
	En M€	En %
Euro	373,4	75
Dollar américain	66,5	13
Couronne danoise	16,9	3
Couronne norvégienne	11,5	2
Couronne tchèque	9,3	2
Baht thaïlandais	5,5	1
Peso chilien	4,8	1
Won coréen	3,6	1
Autres	4,1	1
TOTAL	495,6	100

Ventilation des dettes financières taux fixe/taux variable (hors lignes de crédit confirmées non utilisées)

Ventilation par nature de taux d'origine (avant couvertures fermes et optionnelles)

En millions d'euros	31/12/2004	31/12/2003	31/12/2002
Taux fixe	242,7	256,5	35,7
Taux variable ⁽¹⁾	252,9	524,3	710,3
TOTAL	495,6	780,8	746,0

(1) La dette à taux variable fait l'objet de couvertures décrites en note 4.1.

Ventilation par nature de taux final (après couvertures fermes et optionnelles)

	31/12/2004	
	En M€	En %
Taux fixe	33,5	7
Taux variable couvert par options	95,0	19
Taux variable	367,1	74
TOTAL	495,6	100

3. COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT

3.1 Charges d'exploitation nettes

En millions d'euros	2004	2003	2002
Consommations, charges externes et autres charges d'exploitation nettes	-821,2	-787,6	-820,3
Impôts et taxes	-18,1	-17,4	-18,4
Salaires et charges sociales	-326,9	-321,9	-333,7
Dotations aux provisions nettes des reprises	-22,0	-16,4	-15,7
Dotations aux amortissements nettes des reprises	-171,6	-170,4	-178,4
TOTAL	-1 359,8	-1 313,7	-1 366,5

Le poste “Consommations, charges externes et autres charges d'exploitation nettes” comprend les frais de recherche et développement qui s'élèvent à 7,7 millions d'euros pour 2004 contre 8,3 millions d'euros en 2003 et 9,8 millions d'euros en 2002.

3.2 Résultat financier

En millions d'euros	2004	2003	2002
Intérêts sur dette nette de trésorerie	-24,7	-28,3	-36,1
Différences de change	0,1	-2,0	-0,2
Autres	-0,7	-1,7	-0,4
TOTAL	-25,3	-32,0	-36,7

En 2004, le résultat financier s'est élevé à -25,3 millions d'euros, soit une amélioration de 6,7 millions d'euros par rapport à 2003. Cette amélioration du résultat financier est principalement due à la diminution des intérêts de la dette nette, elle-même due à (i) une diminution de la dette nette moyenne du Groupe et (ii) une réduction des taux EURIBOR et malgré la hausse des taux LIBOR dollar américain.

3.3 Résultat exceptionnel

En millions d'euros	2004	2003	2002
Produits/charges nets sur opérations de gestion	-0,3	-0,4	-12,6
Produits/charges nets sur opérations en capital	1,0	2,6	-5,2
Reprises/dotations nettes et autres produits nets	0,2	-2,5	15,1
TOTAL	0,9	-0,3	-2,7

Les produits nets sur opérations en capital s'élèvent à 1,0 million d'euros. Ils sont essentiellement composés de 2,1 millions d'euros de plus-values de cession sur des terrains disposant de panneaux d'affichage au Royaume-Uni, de 0,4 million d'euros en France de pertes sur prêt, de moins-values de cession sur des panneaux et mobiliers urbains pour 0,5 million d'euros et de 0,2 million d'euros de moins-value sur immobilisations incorporelles.

Rationalisation de la charge d'impôt

En millions d'euros	2004	2003	2002
RÉSULTAT NET DE L'ENSEMBLE CONSOLIDÉ	88,8	55,1	43,5
Charge d'impôt	-88,3	-75,8	-70,2
RÉSULTAT AVANT IMPÔT	177,1	130,9	113,7
Amortissement des écarts d'acquisition	75,7	71,8	63,7
Quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence	-5,6	-4,9	-5,6
Régime société mère/filiales	3,6	6,1	2,3
Divers	7,4	6,1	1,2
Résultat avant impôt soumis au taux de droit commun	258,2	210,0	175,3
Taux d'impôt pondéré du Groupe	32,86 %	34,23 %	34,65 %
Impôt théorique	-84,8	-71,9	-60,7
Impôts différés sur déficits non reconnus	-4,3	-9,0	-16,3
Impôts locaux complémentaires	-2,3	-0,3	0,8
Consumation des déficits fiscaux antérieurs non reconnus	0,7	2,4	1,1
Rattrapage d'impôts différés sur exercices antérieurs	2,5	2,0	3,9
Divers	-0,1	1,0	1,0
Impôt total calculé	-88,3	-75,8	-70,2
IMPÔT ENREGISTRÉ	-88,3	-75,8	-70,2

3.4 Impôts sur les bénéfices

Ventilation entre impôts différés et impôts courants

En millions d'euros	2004	2003	2002
Impôts courants	-74,3	-63,6	-64,2
Impôts différés	-14,0	-12,2	-6,0
TOTAL	-88,3	-75,8	-70,2

Le taux effectif d'impôt avant dotations aux amortissements des écarts d'acquisition et quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence passe de 38,3 % en 2003 à 35,7 % en 2004.

La charge d'impôts différés de l'exercice se décompose de la façon suivante :

- charges d'impôts nettes de -13,3 millions d'euros ;
- dotations aux provisions sur les impôts différés actifs d'un montant de -0,7 million d'euros.

Impôt sur résultat courant et impôt sur résultat exceptionnel

En millions d'euros	Résultat avant impôts	Impôts	Résultat après impôts
Résultat courant	246,3	-87,8	158,5
Résultat exceptionnel	0,9	-0,5	0,4
Résultat net des entreprises intégrées	247,2	-88,3	158,9

L'impôt calculé sur le résultat exceptionnel tient compte de charges non déductibles pour un montant de 0,7 million d'euros, soit un impact impôt total de 0,2 million d'euros.

3.5 Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence

En millions d'euros	2004	2003	2002
Affichage Holding	3,9	3,7	4,7
Stadtreklame Nürnberg GmbH	0,7	0,6	0,6
Univier Communications BV		0,5	0,3
Wall AG	1,6	0,3	
Wall Holdings / Wall USA Inc.	-0,6	-0,2	
TOTAL	5,6	4,9	5,6

3.6 Effectifs et rémunération des organes de Direction

Sur l'exercice 2004, les effectifs du Groupe atteignent 6 933 personnes. Ils atteignaient 6 915 personnes sur l'exercice 2003, contre 7 079 personnes sur l'exercice 2002.

La quote-part de l'effectif employé par les sociétés consolidées selon la méthode de l'intégration proportionnelle est de 251 personnes au 31 décembre 2004 (comprises dans l'effectif total de 6 933 personnes).

La répartition de l'effectif sur les exercices 2004, 2003 et 2002 est la suivante :

	2004	2003	2002
Dirigeants	111	104	109
Cadres	817	766	770
Agents de maîtrise	1 280	1 143	1 152
Employés	2 957	3 084	3 153
Ouvriers	1 768	1 818	1 895
TOTAL	6 933	6 915	7 079

Le montant des rémunérations versées aux membres des organes de Direction du Groupe, Directoire et Conseil de Surveillance, s'élève respectivement à 7,2 millions d'euros et 0,1 million d'euros en 2004, contre 5,9 millions d'euros et 0,1 million d'euros au titre de l'exercice 2003.

4. COMMENTAIRES SUR LES ENGAGEMENTS HORS BILAN

4.1 Instruments financiers

Le Groupe n'utilise des produits dérivés qu'à des fins de couverture contre les risques de taux et de change.

4.1.1 Instruments financiers d'émission d'emprunts obligataires

En 2003, en émettant son placement privé aux États-Unis, JCDecaux SA a levé des ressources dont une part significative (250 millions de dollars) était libellée en dollars américains et à taux fixe. Le Groupe n'ayant pas généré de besoins de finance-

ment libellés en dollars américains d'un tel montant et privilégiant une indexation variable pour ses emprunts à moyen et long terme, JCDecaux SA a procédé, concomitamment à l'émission de son placement privé, à la mise en place de swaps d'émission :

- swap de taux : receveur de taux fixe et payeur de taux variable LIBOR, d'un montant de 100 millions de dollars américains et d'échéance avril 2010 ;
- swaps de taux combinés à des swaps de base : receveurs de taux fixe dollar américain et payeurs de taux variable EURIBOR, d'un montant total de (i) 150 millions de dollars à l'origine (ii) de 142 millions d'euros après swaps et d'échéances comprises entre avril 2013 et avril 2015.

La valeur de marché du portefeuille d'instruments financiers d'émission du Groupe (coût théorique de déboucement) était de -31,9 millions d'euros au 31 décembre 2004.

4.1.2 Instruments de taux d'intérêt (hors instruments financiers d'émission)

La majorité des emprunts du Groupe étant libellée en euros et à taux variable, et afin de limiter l'impact sur son coût de dette d'une hausse des taux EURIBOR, le Groupe a mis en place des couvertures à moyen terme sous forme d'achats de caps secs ou éventuellement financés par des ventes de caps ou de floors.

Au 31 décembre 2004, les positions ainsi contractées par le Groupe sont les suivantes :

Couverture contre une hausse des taux courts euros de la dette JCDecaux SA, libellée à taux variable (encours au 31 décembre 2004 de 433 millions d'euros)

- Caps achetés pour 95 millions d'euros, dont 60 millions d'euros sont à paliers ; ces caps ont une échéance comprise entre août 2005 et avril 2006 ; aucun de ces caps n'est actif au 31 décembre 2004.
- Caps vendus pour 35 millions d'euros, d'échéance avril 2006 ; aucun de ces caps n'est actif au 31 décembre 2004.
- Floors vendus pour 95 millions d'euros, dont les échéances sont comprises entre août 2005 et avril 2006, 60 millions d'euros sont dans la monnaie dans les conditions d'EURIBOR 3 mois du 31 décembre 2004 soit 2,155 %.

Après prise en compte de ces couvertures, le coût de dette brute de JCDecaux SA sera impacté sur l'exercice 2005 par les variations des taux EURIBOR, de la façon suivante :

Variation en % des taux EURIBOR vs taux au 31 décembre 2004	-1 %	+1 %	+2 %	+3 %
Impact en % sur le coût de dette brute	-0,85 %	+0,87 %	+1,74 %	+2,65 %

Couverture de dettes des filiales

En couverture d'un emprunt à taux variable en couronnes danoises : swaps payeurs de taux fixe et receveurs de taux variable, amortissables, dont le dernier amortissement a lieu en janvier 2009 et pour un montant au 31 décembre 2004 de 48 millions de couronnes danoises.

La valeur de marché du portefeuille d'instruments financiers sur taux d'intérêt (hors instruments financiers d'émission) du Groupe (coût théorique de déboucement) était de -1,3 million d'euros au 31 décembre 2004.

4.1.3 Instruments de taux de change (hors instruments financiers d'émission)

L'exposition du Groupe au risque de change provient de son activité à l'étranger. Elle est principalement liée aux opérations financières (refinancement et recyclage de la trésorerie des filiales étrangères).

Au 31 décembre 2004, les positions contractées par le Groupe sont les suivantes (positions nettes) :

En millions d'euros		31/12/2004
Sur opérations financières		
Achats à terme contre euros ⁽¹⁾		
	Dollar américain	9,0
	Dollar singapourien	3,5
	Dollar de Hong Kong	2,2
Ventes à terme contre euros ⁽²⁾		
	Couronne tchèque	9,3
	Couronne norvégienne	5,9
	Couronne danoise	4,6

(1) Les opérations d'achat à terme de dollars américains viennent en couverture de la part non utilisée de la dette portée par JCDecaux SA dans cette devise (Tranche A du placement privé émis en 2003), les opérations d'achat à terme des autres devises viennent en couverture (i) des emprunts souscrits par JCDecaux SA auprès de ses filiales, en application de la politique de centralisation de la trésorerie du Groupe et (ii) du recyclage en euros des soldes bancaires résiduels en devises de JCDecaux SA.

(2) Les opérations de vente à terme de devises viennent en couverture des prêts accordés par JCDecaux SA aux filiales du Groupe.

La valeur de marché de ces instruments financiers sur change (coût théorique de déboucement) était de -3,1 millions d'euros au 31 décembre 2004.

4.2 Engagements hors bilan, autres que les instruments financiers

En millions d'euros	31/12/2004	31/12/2003
Engagements donnés ⁽¹⁾		
Garanties de marché	59,5	64,0
Autres garanties	7,5	11,2
Nantissements hypothèques et sûretés réelles	1,9	1,0
Engagements sur titres	148,5	154,6
TOTAL	217,4	230,8
Engagements reçus		
Avals, cautions et garanties	2,7	1,5
Engagement sur titres	120,9	128,2
Lignes de crédit	600,0	1 051,6
TOTAL	723,6	1 181,3

(1) Hors engagements de loyers, baux, redevances fixes et minima garantis, donnés dans le cadre de l'exploitation courante.

Les garanties de marché correspondent aux garanties émises principalement par JCDecaux SA. Ainsi, JCDecaux SA garantit directement, ou en contre-garantie de banques ou de compagnies d'assurance, la bonne exécution des contrats de ses filiales.

Le poste "Autres garanties" comprend les garanties, émises principalement par JCDecaux SA, (i) pour le paiement de loyers, location de véhicules de certaines de ses filiales, (ii) en contre-garantie des banques dans le cadre de ligne de cautions accordées à certaines de ses filiales, (iii) pour le paiement de dettes financières de sociétés non consolidées ou consolidées par mise en équivalence, (iv) pour le paiement de dettes financières de sociétés consolidées en proportionnel lorsque le montant de la garantie accordée est supérieur au pourcentage de détention.

Les avals, cautions et garanties reçus sont constitués principalement de garanties de passif.

Les engagements sur titres sont accordés et reçus principalement dans le cadre des opérations de croissance externe.

Au 31 décembre 2004, les engagements donnés sur titres comprennent, au bénéfice de nos différents partenaires, les droits suivants :

- droit de vente (*put*) exerçable du 1^{er} janvier 2009 au 31 décembre 2009, pour un montant de 74,0 millions d'euros ;
- droit de vente (*put*) exerçable du 1^{er} mars 2005 au 15 mars 2005, pour un montant estimé de 8,9 millions d'euros pour 25 % des titres ;
- droit de vente (*put*) exerçable du 17 juin 2004 au 16 juin 2006, pour un prix d'exercice qui sera déterminé selon une formule contractuelle et qui sera au minimum de 2,0 millions d'euros. Au 31 décembre 2004, l'option n'était pas exercée ;
- droit d'achat (*call*) exerçable durant les deux périodes suivantes : du 1^{er} janvier 2006 au 31 décembre 2006 ou du 1^{er} janvier 2008 au 31 décembre 2008. L'option porte sur 35 % des titres et son prix d'exercice sera déterminé en fonction d'une formule de calcul contractuelle et sera au minimum de 57,5 millions d'euros ;
- autres engagements divers : 2,8 millions d'euros.

D'autre part, le Groupe a pris l'engagement d'acheter, en 2006, des titres d'une société à hauteur de 1,77 % pour un montant estimé à 2,0 millions d'euros et de vendre, en 2009, des titres d'une autre société à hauteur de 12,5 % et pour un montant de 1,3 million d'euros.

Les engagements reçus sur titres comprennent, en notre faveur, les droits suivants :

- droit d'achat (*call*) exerçable du 16 mars 2005 au 30 mars 2005, pour un montant de 8,9 millions d'euros correspondant à 25 % des titres ;
- droit de vente (*put*) exerçable du 1^{er} janvier 2008 au 31 décembre 2008. L'option porte sur 35 % des titres et son prix d'exercice sera déterminé en fonction d'une formule de calcul contractuelle et sera au minimum de 38,0 millions d'euros pour la partie représentant 23,88 % des parts.

Par ailleurs, ils comprennent un engagement à hauteur de 74,0 millions d'euros d'un partenaire stratégique de ne pas céder sa participation actuelle dans l'une des filiales du Groupe avant le 1^{er} janvier 2009.

Enfin, dans le cadre des partenariats signés, le Groupe bénéficie de droits de préemption que le Groupe ne considère pas comme des engagements donnés ou reçus.

Les lignes de crédit sont constituées de la ligne de crédit revolver confirmée, mise en place en décembre 2003 pour 550 millions d'euros et dont le montant a été porté à 665 millions d'euros en février 2004. Le montant disponible au 31 décembre 2004 était de 600 millions d'euros.

4.3 Engagements de loyers, baux, redevances fixes et minima garantis, donnés dans le cadre de l'exploitation courante

Le Groupe a conclu, dans le cadre de son exploitation courante, principalement :

- des contrats avec les villes, les aéroports ou les compagnies de transport qui, en contrepartie d'un droit d'exploitation publicitaire et du chiffre d'affaires qui en résulte, peuvent donner lieu au paiement de redevances, dont une partie sous la forme de redevances fixes ou de minima garantis visant à sécuriser une quote-part du chiffre d'affaires ;
- des baux pour des emplacements de panneaux d'affichage sur le domaine privé ;
- des contrats de location : de biens immobiliers, de véhicules, de tout autre matériel (informatique, bureautique ou autre).

Ces engagements donnés dans le cadre de l'exploitation courante se décomposent comme suit (montants non actualisés) :

En millions d'euros	≤ 1 an	> 1 et ≤ 5 ans	> 5 ans ⁽¹⁾	Total
Mobilier Urbain et Transport : redevances fixes et minima garantis	219,7	561,4	601,6	1 382,7
Affichage grand format : baux pour les emplacements de panneaux	84,1	122,9	34,6	241,6
Location simple	19,6	50,9	21,6	92,1
Location financement	3,0	7,4	3,6	14,0
TOTAL	326,4	742,6	661,4	1 730,4

(1) Jusqu'en 2030.

5. INFORMATION SECTORIELLE

5.1 Par secteur d'activité

Définition de la segmentation sectorielle

- **Mobilier Urbain**

L'activité Mobilier Urbain couvre de manière générale les conventions publicitaires sur le domaine public signées avec les villes et collectivités locales. Elle comprend également les activités de publicité dans les centres commerciaux, ainsi que les locations de mobiliers, les ventes et locations de matériels, les travaux et entretiens divers, et autres prestations de services.

- **Affichage**

L'activité Affichage couvre la publicité sur le domaine privé, telles que l'affichage traditionnel ou la publicité rétro-éclairée. Elle comprend également l'affichage lumineux type néons.

- **Transport**

L'activité Transport couvre la publicité dans les moyens de transport tels que les aéroports, les métros, les bus, les trams et les trains.

<i>En millions d'euros</i>	Chiffre d'affaires	EBITDA ⁽¹⁾	Résultat d'exploitation	Immobilisations corporelles nettes
MOBILIER URBAIN				
2004	885,0	384,8	230,0	492,6
2003	837,0	348,5	203,3	505,8
2002	840,3	340,3	189,2	539,9
AFFICHAGE				
2004	433,6	59,9	28,0	151,4
2003	427,6	54,4	20,4	140,8
2002	442,6	55,4	22,9	150,1
TRANSPORT				
2004	312,8	20,5	13,6	24,9
2003	279,2	14,0	6,4	28,7
2002	294,8	9,6	-1,0	32,3
TOTAL GROUPE				
2004	1 631,4	465,2	271,6	668,9
2003	1 543,8	416,9	230,1	675,3
2002	1 577,7	405,3	211,1	722,3

(1) EBITDA : résultat d'exploitation avant dotations aux amortissements et provisions d'exploitation nettes des reprises (ou *Earnings Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortisation*).

5.2 Par zone géographique

<i>En millions d'euros</i>	Chiffre d'affaires	EBITDA ⁽¹⁾	Résultat d'exploitation	Immobilisations corporelles nettes
FRANCE				
2004	559,9	190,4	109,4	195,6
2003	555,8	188,4	115,2	196,6
2002	570,9	185,2	106,2	219,7
ROYAUME-UNI				
2004	245,0	44,5	24,9	92,8
2003	220,3	39,2	19,7	95,9
2002	231,6	38,0	16,2	107,6
RESTE DE L'EUROPE				
2004	616,3	203,9	132,3	283,4
2003	574,9	183,5	108,2	285,3
2002	568,9	192,9	120,6	296,3
AMÉRIQUES				
2004	107,2	14,4	-0,7	69,3
2003	106,2	2,4	-10,8	70,1
2002	104,2	-8,0	-23,2	70,9
ASIE-PACIFIQUE				
2004	103,0	12,0	5,7	27,8
2003	86,6	3,4	-2,2	27,4
2002	102,1	-2,8	-8,7	27,8
TOTAL GROUPE				
2004	1 631,4	465,2	271,6	668,9
2003	1 543,8	416,9	230,1	675,3
2002	1 577,7	405,3	211,1	722,3

(1) EBITDA : résultat d'exploitation avant dotations aux amortissements et provisions d'exploitation nettes des reprises (ou *Earnings Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortisation*).

6. PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION

6.1 Identité de la société mère

Au 31 décembre 2004, JCDecaux SA est détenue à 69,85 % par la société JCDecaux Holding.

6.2 Liste des sociétés consolidées

Sociétés	Pays	% d'intérêt	Méthode de consolidation	% de contrôle
ACTIVITÉ MOBILIER URBAIN				
JCDECAUX SA	France	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX MOBILIER URBAIN	France	100,00	Glob.	100,00
SOPACT	France	50,00	Glob.	50,00
SEMUP	France	100,00	Glob.	100,00
DPE	France	100,00	Glob.	100,00
SOMUPI	France	66,00	Glob.	66,00
ACM GmbH	Allemagne	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX STADTMOBLIERUNG GmbH	Allemagne	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX DEUTSCHLAND GmbH	Allemagne	100,00	Glob.	100,00
GEORG ZACHARIAS GmbH	Allemagne	50,00	Glob.	50,00
RGS	Allemagne	25,00	Glob.	50,00
DSM DECAUX GmbH	Allemagne	50,00	Glob.	50,00
JCDECAUX GmbH (anciennement KLETT DECAUX GmbH)	Allemagne	100,00	Glob.	100,00
STADTREKLAME NÜRNBERG GmbH	Allemagne	35,00	Équiv.	35,00
ILG AUSSENWERBUNG ZACHARIAS GmbH	Allemagne	10,00	Équiv.	20,00
ILG AUSSENWERBUNG GmbH	Allemagne	50,00	Glob.	50,00
WALL AG	Allemagne	35,00	Équiv.	35,00
WFA WARTEHALLEN FINANZ AG ⁽¹⁾	Allemagne	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX UK Ltd. ⁽²⁾	Royaume-Uni	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX ARGENTINA SA	Argentine	99,93	Glob.	99,93
JCDECAUX STREET FURNITURE Pty Ltd.	Australie	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX AUSTRALIA Pty Ltd.	Australie	100,00	Glob.	100,00
AQMI GmbH ⁽³⁾	Autriche	29,31	Prop.	50,00
JCDECAUX BELGIUM PUBLICITE SA	Belgique	100,00	Glob.	100,00
ACM SA	Belgique	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX DO BRASIL Ltda	Brésil	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX SALVADOR SA	Brésil	100,00	Glob.	100,00
VIACOM OUTDOOR JCDECAUX STREET FURNITURE CANADA Ltd.	Canada	50,00	Prop.	50,00
IPDECAUX Inc.	Corée	50,00	Prop.	50,00
AFA JCDECAUX A/S	Danemark	50,00	Glob.	50,00
EL MOBILIARIO URBANO SA	Espagne	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX ATLANTIS SA	Espagne	85,00	Glob.	85,00
JCDECAUX & SIGN SA	Espagne	100,00	Glob.	100,00
PLANIGRAMA EXCLUSIVAS PUBLICITARIAS SA	Espagne	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX UNICOM EESTI OU ⁽⁶⁾	Estonie	75,00	Prop.	75,00
JCDECAUX NEW YORK Inc.	États-Unis	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX SAN FRANCISCO LLC	États-Unis	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX MALLSCAPE LLC	États-Unis	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX CHICAGO LLC	États-Unis	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX NEW YORK LLC	États-Unis	100,00	Glob.	100,00
VIACOM DECAUX STREET FURNITURE LLC	États-Unis	50,00	Prop.	50,00
JCDECAUX NORTH AMERICA Inc.	États-Unis	100,00	Glob.	100,00
WALL HOLDINGS Inc. ⁽⁴⁾	États-Unis	50,00	Équiv.	50,00
WALL USA Inc. ⁽⁴⁾	États-Unis	50,00	Équiv.	50,00
JCDECAUX FINLAND Oy	Finlande	100,00	Glob.	100,00
AFA JCD ICELAND ehf	Islande	50,00	Glob.	100,00
MCDECAUX Inc. ⁽⁵⁾	Japon	60,00	Prop.	60,00
JCDECAUX UNICOM BALTIC SIA ⁽⁹⁾	Lettonie	75,00	Prop.	75,00
JCDECAUX UNICOM UAB ⁽⁹⁾	Lituanie	75,00	Prop.	75,00

Sociétés	Pays	% d'intérêt	Méthode de consolidation	% de contrôle
JCDECAUX LUXEMBOURG SA	Luxembourg	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX GROUP SERVICES	Luxembourg	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX NEDERLAND BV	Pays-Bas	50,00	Glob.	50,00
V.K.M. BV	Pays-Bas	50,00	Glob.	50,00
UNIVIER COMMUNICATIONS BV ⁽⁹⁾	Pays-Bas	75,00	Prop.	75,00
JCDECAUX PORTUGAL Lda	Portugal	100,00	Glob.	100,00
PURBE Lda	Portugal	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX MESTSKY MOBILIAR Spol Sro	Rép. tchèque	100,00	Glob.	100,00
ALMA QUATTRO ⁽³⁾	Serbie	29,31	Prop.	50,00
JCDECAUX SINGAPORE Pte Ltd.	Singapour	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX PEARL & DEAN Pte Ltd.	Singapour	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX SLOVAKIA Sro	Slovaquie	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX SVERIGE AB ⁽²⁾	Suède	98,23	Glob.	98,23
JCDECAUX THAÏLAND Co., Ltd.	Thaïlande	95,15	Glob.	95,15
JCDECAUX URUGUAY ⁽⁶⁾	Uruguay	100,00	Glob.	100,00
ACTIVITÉ AFFICHAGE				
AVENIR	France	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX PUBLICITE LUMINEUSE	France	100,00	Glob.	100,00
MILLS AND ALLEN HOLDINGS Ltd.	Royaume-Uni	100,00	Glob.	100,00
MILLS AND ALLEN GROUP Ltd.	Royaume-Uni	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX MEDIA SERVICES Ltd.	Royaume-Uni	100,00	Glob.	100,00
MARGINHELP Ltd.	Royaume-Uni	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX Ltd.	Royaume-Uni	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX UNITED Ltd.	Royaume-Uni	100,00	Glob.	100,00
PEARL & DEAN GROUP Pty Ltd.	Australie	100,00	Glob.	100,00
GEWISTA WERBEGES. mbH ⁽²⁾	Autriche	67,00	Glob.	67,00
EUROPLAKAT INTERNATIONAL WERBE GmbH	Autriche	33,50	Prop.	50,00
PROGRESS AUSSENWERBUNG GmbH	Autriche	67,00	Glob.	100,00
PROGRESS WERBELAND Werbe. GmbH	Autriche	34,17	Glob.	51,00
ISPA WERBEGES.mbH	Autriche	67,00	Glob.	100,00
USP WERBEGES.mbH	Autriche	50,25	Glob.	75,00
JCDECAUX INVEST HOLDING GmbH	Autriche	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX SUB INVEST HOLDING GmbH	Autriche	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX CENTRAL EASTERN EUROPE GmbH	Autriche	100,00	Glob.	100,00
GEWISTA SERVICE GmbH	Autriche	67,00	Glob.	100,00
BELGOPOSTER	Belgique	100,00	Glob.	100,00
AFFICHAGE NOUVEL ESSOR NV	Belgique	61,15	Glob.	61,15
JCDECAUX PUBLICITE LUMINEUSE Lichtreklame NV	Belgique	100,00	Glob.	100,00
EUROPLAKAT Doo (BANJA LUKA) ⁽³⁾	Bosnie	23,45	Prop.	50,00
EUROPLAKAT Doo (SARAJEVO) ⁽³⁾	Bosnie	23,45	Prop.	50,00
EUROPLAKAT-PROREKLAM Doo ⁽³⁾	Croatie	17,09	Prop.	50,00
JCDECAUX ESPANA SL ⁽²⁾	Espagne	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX PUBLICIDAD LUMINOSA SL	Espagne	100,00	Glob.	100,00
AVENIR BUDAPEST Kft ⁽³⁾	Hongrie	18,43	Prop.	50,00
JCDECAUX NEONLIGHT BUDAPEST Kft ⁽³⁾	Hongrie	27,47	Prop.	50,00
EUROPLAKAT Kft ⁽³⁾	Hongrie	22,78	Prop.	50,00
PERON REKLAM Kft ⁽³⁾	Hongrie	5,70	Équiv.	25,00
DAVID ALLEN HOLDINGS Ltd. ⁽⁷⁾	Irlande	100,00	Glob.	100,00
DAVID ALLEN POSTER SITES Ltd.	Irlande	100,00	Glob.	100,00
SOLAR HOLDINGS Ltd.	Irlande	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX IRELAND Ltd.	Irlande	100,00	Glob.	100,00
EUROPOSTER BV	Pays-Bas	100,00	Glob.	100,00

Sociétés	Pays	% d'intérêt	Méthode de consolidation	% de contrôle
JCDECAUX NEONLIGHT Sp zoo	Pologne	60,00	Glob.	60,00
RED PORTUGUESA SA	Portugal	92,77	Glob.	92,77
PLACA Lda	Portugal	100,00	Glob.	100,00
CENTECO Lda	Portugal	70,00	Glob.	70,00
AUTEDOR Lda	Portugal	51,00	Glob.	51,00
GREEN Lda	Portugal	53,63	Glob.	55,00
RED LITORAL Lda	Portugal	69,57	Glob.	75,00
AVENIR PRAHA	Rép. tchèque	90,00	Glob.	90,00
AUSSENW.TSCHECH.-SLOW.BETEILIGUNGS GmbH ⁽⁸⁾	Rép. tchèque	67,00	Glob.	100,00
EUROPLAKAT Spol Sro	Rép. tchèque	67,00	Glob.	100,00
EUROPLAKAT YU Doo ⁽³⁾	Serbie	33,50	Prop.	50,00
ISPA BRATISLAVA Spol Sro	Slovaquie	67,00	Glob.	100,00
EUROPLAKAT INTERWEB Spol Sro ⁽¹⁰⁾	Slovaquie	67,00	Glob.	100,00
INREKLAM PROGRESS Doo ⁽³⁾	Slovénie	16,41	Prop.	50,00
PROREKLAM-EUROPLAKAT Doo ⁽³⁾	Slovénie	16,41	Prop.	50,00
PLAKATIRANJE Doo ⁽³⁾	Slovénie	8,86	Prop.	50,00
AFFICHAGE HOLDING	Suisse	30,00	Équiv.	30,00
ACTIVITÉ TRANSPORT				
JCDECAUX AIRPORT FRANCE	France	100,00	Glob.	100,00
MEDIA FRANKFURT GmbH	Allemagne	39,00	Prop.	39,00
JCDECAUX AIRPORT MEDIA GmbH	Allemagne	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX AIRPORT UK Ltd.	Royaume-Uni	100,00	Glob.	100,00
INFOSCREEN AUSTRIA GmbH	Autriche	67,00	Glob.	100,00
JCDECAUX CHILE SA	Chili	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX AIRPORT ESPAÑA SA	Espagne	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX-PUBLIMEDIA UTE	Espagne	70,00	Glob.	70,00
JCDECAUX AIRPORT Inc.	États-Unis	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX TRANSPORT INTERNATIONAL LLC	États-Unis	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX PEARL & DEAN Ltd	Hong Kong	100,00	Glob.	100,00
IGP DECAUX Spa ⁽²⁾	Italie	32,35	Prop.	32,35
AEROPORTI DI ROMA ADVERTISING Spa	Italie	24,10	Prop.	32,35
JCDECAUX PEARL & DEAN Sdn Bhd	Malaisie	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX NORGE AS ⁽²⁾	Norvège	97,34	Glob.	100,00
JCDECAUX AIRPORT POLSKA Sp zoo	Pologne	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX AIRPORT PORTUGAL SA	Portugal	85,00	Glob.	85,00
RENCAR PRAHA AS	Rép. tchèque	48,24	Glob.	72,00
RENCAR MEDIA Sro	Rép. tchèque	48,24	Glob.	100,00
JCDECAUX ASIA SINGAPORE Pte Ltd.	Singapour	100,00	Glob.	100,00
XPOMERA AB	Suède	77,60	Glob.	79,00

Note : Glob. = intégration globale Prop. = intégration proportionnelle Équiv. = mise en équivalence

(1) Société de droit suisse opérant en Allemagne.

(2) Sociétés qui sont réparties sur chacune des trois activités pour les besoins d'information sectorielle, mais reprises ici sur leur activité principale.

(3) Société filiale d'Europaklat International Werbe GmbH, détenue à 50 % par le groupe JCDecaux et à 50 % par Affichage Holding (mise en équivalence).

(4) Société détenue à 50 % par le groupe JCDecaux et à 50 % par Wall AG (mise en équivalence).

(5) La société MCDcaux Inc. (Japon) est consolidée par intégration proportionnelle du fait du contrôle conjoint avec le partenaire du Groupe des pouvoirs de Direction.

(6) Cette société est un établissement de JCDecaux Mobilier Urbain.

(7) Société de droit britannique opérant en Irlande du Nord.

(8) Société de droit autrichien opérant en République tchèque.

(9) Les sociétés du pôle Unicom sont consolidées par intégration proportionnelle du fait du contrôle conjoint avec le partenaire du Groupe des pouvoirs de Direction.

(10) Société de droit tchèque opérant en Slovaquie.

7. ÉVÉNEMENTS SUBSÉQUENTS

La société JCDecaux Pearl & Dean (filiale à Hong Kong) a créé, fin janvier 2005, une société commune avec les aéroports de Shanghai (SIA/SAA) et la société de média Momentum. Cette nouvelle société, JCDecaux Momentum Shanghai Airport Advertising Co. Ltd., est destinée à gérer le contrat de Shanghai gagné en 2004.

COMMENTAIRES SUR LE PASSAGE AUX NORMES IFRS ET IMPACTS CHIFFRÉS

En application du règlement européen n° 1606/2002 et conformément à la norme IFRS 1 “Première adoption des normes IFRS”, les comptes consolidés du groupe JCDecaux pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2005 seront établis selon les normes comptables internationales (IFRS) en vigueur au 31 décembre 2005 avec des comptes comparatifs au titre de l’exercice 2004 établis selon les mêmes normes.

Conformément aux dispositions de la norme IFRS 1, JCDecaux a préparé un bilan d’ouverture au 1^{er} janvier 2004, point de départ pour appliquer les normes IFRS et date à laquelle les impacts liés à la transition sont enregistrés en capitaux propres.

Bien que les dispositions relatives aux réconciliations des données et à l’information comparative prévues par la norme IFRS 1 ne soient d’application obligatoire que pour les comptes consolidés de l’exercice ouvert à compter du 1^{er} janvier 2005, le groupe JCDecaux répond à la recommandation de l’AMF qui encourage les émetteurs, dès la publication des comptes de l’exercice 2004, dès lors que l’information est disponible et répond à certains critères de qualité, à communiquer sur les incidences du nouveau référentiel.

I. DESCRIPTION DE LA CONDUITE DU PROJET

Initié en novembre 2002 et coordonné par la Direction du Contrôle Financier, le projet a impliqué les Directions Financières du siège et des filiales significatives, la Direction des Ressources Humaines, la Direction des Systèmes d’Information ainsi que des responsables de services opérationnels.

Un diagnostic approfondi des impacts des normes IFRS avait été réalisé au printemps 2003 afin d’identifier les impacts potentiels sur les états financiers du Groupe, les procédures comptables et les systèmes d’information. À l’issue de ce diagnostic, les principales orientations ont été prises et ont conduit à la fin 2003 à arrêter une position définitive sur les principales normes stabilisées. Ces travaux ont été présentés aux Commissaires aux Comptes et au Comité d’Audit et approuvés. Les systèmes d’information ont été modifiés pour intégrer les changements, et le Manuel Finance du Groupe a été actualisé en conséquence. Des actions de formation ont été conduites auprès des filiales du Groupe.

Au cours de l’année 2004, les actions suivantes ont été menées : adoption de traitements définitifs sur les normes non stabilisées à fin 2003 (IAS 32, IAS 39, IAS 36, IAS 38, IFRS 2, IFRS 3), information régulière du Directoire, du Comité d’Audit et des Commissaires aux Comptes sur l’avancement du projet.

II. CHAMP D’APPLICATION DES NORMES IFRS - OPTIONS RETENUES DANS LE CADRE DE L’APPLICATION D’IFRS 1

1. APPLICATION ANTICIPÉE

Les normes comptables internationales suivantes et leurs interprétations ont été appliquées de façon anticipée dans les comptes consolidés IFRS dès le 1^{er} janvier 2004, avant leur date effective d’entrée en vigueur ou leur date d’application obligatoire :

- IFRIC 1 relative au traitement des provisions pour démontage ;
- IAS 32 et IAS 39 sur les instruments financiers.

L’application de la norme IAS 19 relative aux engagements du personnel a été anticipée dans les comptes consolidés arrêtés en principes français au 31 décembre 2003. En 2003, en effet, le Groupe a procédé à un changement de méthode en décidant de provisionner, à compter du 1^{er} janvier 2003, l’ensemble des engagements de retraite et avantages similaires vis-à-vis du personnel conformément à la recommandation n° 2003-R.01 du Conseil National de la Comptabilité du 1^{er} avril 2003.

2. EXEMPTIONS

Dans le cadre de l’IFRS 1 sur la première application des normes IFRS, le Groupe a retenu les options suivantes :

- Le Groupe a pris l’option d’appliquer de façon prospective la norme IFRS 3 “Regroupement d’entreprises” à partir du 1^{er} janvier 2004. Les opérations antérieures au 1^{er} janvier 2004 ne sont pas retraitées.
- Le Groupe a retenu l’option proposée par IFRS 1 de ne pas se conformer aux dispositions d’IAS 21 “Effets des variations des cours des monnaies étrangères” pour les montants cumulés des différences de conversion qui existent à la date de transition aux IFRS. Ainsi, le montant cumulé des différences de conversion pour toutes les activités à l’étranger est réputé nul au 1^{er} janvier 2004. Les profits et les pertes réalisés lors de la cession ultérieure d’activités à l’étranger devront de ce fait exclure les différences de conversion nées avant le 1^{er} janvier 2004 et inclure les différences de conversion ultérieures.
- Le Groupe, dans le cadre de la norme IAS 19 sur les avantages au personnel, a pris l’option proposée par IFRS 1 de comptabiliser en capitaux propres tous les écarts actuariels cumulés à la date de transition aux IFRS. Cette option sur le bilan d’ouverture, ne remet pas en cause l’utilisation de la méthode du “corridor” utilisée pour les écarts actuariels cumulés générés ultérieurement. À ce titre, l’option n’a pas été retenue de comptabiliser en capitaux propres les écarts actuariels générés à partir de 2004. Ils continuent d’être enregistrés en compte de résultat.

- Le Groupe a appliqué la norme IFRS 2 aux plans de stock-options postérieurs au 7 novembre 2002 et pour lesquels les conditions d'attribution définitives ne sont pas levées au 1^{er} janvier 2004.
- Le Groupe n'a pas retenu l'option de réévaluation des immobilisations corporelles à leur juste valeur à la date de transition.

III. EXPLICATIONS DE LA TRANSITION AUX IFRS

Les tableaux de passage aux comptes consolidés IFRS détaillés dans les paragraphes 2, 3, 4 et 5 ci-après sont basés sur les normes adoptées au 31 décembre 2004 et les interprétations en vigueur à cette date. Les comptes définitifs aux normes IFRS pourraient de ce fait changer en fonction des évolutions des normes et de leur interprétation sur 2005. Les données chiffrées des tableaux de passage sont des données auditées par les Commissaires aux Comptes.

1. PRINCIPAUX RETRAITEMENTS

Ne sont traitées ci-après que les normes ayant des impacts sur les comptes du Groupe.

1.1 Immobilisations corporelles (IAS 16, IAS 36)

La valeur d'entrée des actifs immobilisés corporels reste le coût d'acquisition en IFRS.

Le coût des mobiliers urbains en IFRS est désormais amorti sur la durée de vie moyenne réelle des contrats comprise entre 4 et 20 ans, ce qui se traduit par un allongement de la durée d'amortissement des mobiliers par rapport aux durées d'amortissement en vigueur selon les principes comptables actuellement retenus (comprises entre 7 et 10 ans pour les mobiliers urbains). Les consommations de maintenance des mobiliers urbains ne contribuent de ce fait plus au rallongement de la durée de vie des mobiliers, elles sont comptabilisées en charges et ne sont donc plus immobilisées comme c'est le cas dans la pratique comptable actuelle.

Un test de perte de valeur a été mis en place en conformité avec IAS 36 et sur la base de la position suivante :

- les tests de perte de valeur pour les actifs corporels et incorporels sont réalisés au niveau de chaque filiale (Unité Génératrice de Trésorerie) ;
- pour les écarts d'acquisition, le niveau des tests est déterminé au sein de chaque segment d'activité (Mobilier Urbain, Affichage et Transport) en prenant en compte le niveau de synergies attendu entre les entités. Ainsi pour le segment Transport, où la couverture mondiale est un facteur clé de succès pour l'activité tant du point de vue commercial que dans le cadre des renouvellements de contrats, les tests sont réalisés au niveau du segment d'activité.

Pour les segments Mobilier Urbain et Affichage, les tests sont effectués au croisement du segment d'activité et du segment géographique, niveau auquel se situent les synergies commerciales et le renouvellement de contrats pour ces segments d'activité ;

- les valeurs d'utilité prises en compte dans le cadre des tests de perte de valeur sont déterminées sur la base des cash flows futurs attendus avant impôt, actualisés au taux de 8,5 %. Ces cash flows sont calculés sur des périodes généralement supérieures à 5 ans, en raison de la nature de l'activité du Groupe : contrats de longue durée dans le segment Mobilier Urbain et portefeuille de baux historiquement stable dans le segment Affichage. Dans le segment Transport, pour les aéroports majeurs, l'hypothèse retenue est la prise en compte d'un renouvellement du contrat à l'échéance.

1.2 Locations financement (IAS 17)

Dans le cadre de la première application des normes IFRS, le Groupe a recensé toutes les opérations de location financement présentant un caractère significatif et a procédé à leur retraitement sur le bilan d'ouverture conformément à la norme IAS 17.

1.3 Provisions (IAS 37, IFRIC 1)

À l'exception des provisions pour démontage, l'application de la norme IAS 37 n'entraîne pas de modifications majeures par rapport à la pratique comptable actuelle (règlement CRC n° 00-06 du 7 décembre 2000 sur les définitions des passifs).

L'application du référentiel IFRS sur les provisions touche principalement les provisions pour démontage.

Les provisions constituées pour couvrir les coûts de démontage des mobiliers en fin de contrat sont désormais comptabilisées pour la totalité du coût de démontage dès le début du contrat au passif et sont actualisées. En contrepartie, le coût de démontage est comptabilisé à l'actif et amorti sur la durée du contrat. Selon la pratique comptable actuelle (règlement n° 99-02 du Comité de Réglementation Comptable), les provisions pour démontage des mobiliers inscrites au passif ne sont pas actualisées et sont dotées linéairement sur la durée des contrats.

1.4 Regroupement d'entreprises (IFRS 3)

La norme IFRS 3 requiert l'application de la méthode de l'acquisition (dite du "purchase accounting") qui consiste à évaluer à leur juste valeur les actifs, les passifs et passifs éventuels de l'entreprise acquise, et à porter en écart d'acquisition le différentiel entre le prix payé et la quote-part de situation nette ainsi réévaluée. Cette méthode conduit à valoriser des contrats et à reconnaître des actifs incorporels. Les éventuels écarts d'acquisition négatifs sont constatés directement au compte de résultat.

Pour les acquisitions réalisées par étapes successives, la méthode de l'acquisition est appliquée à chaque transaction jusqu'à la prise de contrôle et la première consolidation par intégration globale.

Les rachats de titres complémentaires postérieurs à la prise de

contrôle (rachat de minoritaires) donnent lieu à la seule constitution d'un écart d'acquisition, les écarts d'évaluation antérieurs n'étant pas remis en cause.

Les écarts d'acquisition ne sont plus amortis mais font l'objet de tests réguliers de perte de valeur selon les modalités de la norme IAS 36. Le Groupe a pris l'option d'appliquer de façon prospective la norme IFRS 3 "Regroupement d'entreprises" à partir du 1^{er} janvier 2004.

1.5 Instruments financiers, valorisation des titres non consolidés et engagements de rachat de minoritaires (IAS 32 et IAS 39)

1.5.1 Instruments financiers (IAS 39)

Selon la pratique comptable actuelle :

- les instruments financiers dérivés affectés à la couverture de risque de change ou de taux d'intérêt ne sont pas comptabilisés au bilan, mais présentés dans l'annexe ;
- seuls les intérêts échus et courus des prêts et emprunts et des instruments de couverture associés sont enregistrés au compte de résultat, à l'exclusion de tout élément relatif à des flux futurs ;
- les gains et pertes latents sur les opérations de change à terme, mises en place pour couvrir les engagements financiers, sont pris en compte dans le résultat financier du Groupe. Ils viennent compenser les pertes ou gains latents sur les éléments couverts ;
- les frais d'émission d'emprunts sont enregistrés en charges à répartir lors de la mise en place de l'emprunt et étalés linéairement sur la durée de l'emprunt.

Les normes IAS 32 et IAS 39 privilégient une approche bilantielle et requièrent l'inscription au bilan de l'ensemble des instruments financiers, y compris les instruments dérivés. Ces derniers sont comptabilisés pour leur juste valeur, les variations de valeurs ultérieures étant normalement, sauf certains cas particuliers de couverture, enregistrées par contrepartie du compte de résultat.

Une comptabilité de couverture peut être adoptée si une relation de couverture entre l'élément couvert et l'instrument financier est établie et documentée dès la mise en place de la couverture et que son efficacité est démontrée à l'origine et à chaque arrêté comptable. Aujourd'hui, le Groupe se limite à la couverture d'actifs et passifs financiers, qui, au sens de la norme IAS 39, peut être de deux types :

- la couverture de juste valeur (*Fair Value Hedge*) qui a pour objectif de se prémunir contre les variations de juste valeur des actifs, passifs ou engagements fermes à l'origine dues à l'évolution des conditions de marché. On intègre dans cette catégorie, par exemple les swaps receveurs de taux fixe et payeurs de taux variable utilisés pour transformer une dette à taux fixe en dette à taux variable. D'un point de vue comptable, la variation de juste valeur de l'instrument de couverture est enregistrée en contrepartie du compte de résultat. Mais elle est neutralisée par les variations symétriques de juste valeur de l'élément couvert (à l'inefficacité près) ;

- la couverture de flux de trésorerie (*Cash Flow Hedge*) utilisée pour se prémunir des variations de flux de trésorerie attribuables à des actifs et passifs existants ou à des transactions futures hautement probables. On classe dans cette catégorie, par exemple les swaps payeurs de taux fixe et receveurs de taux variable utilisés pour figer le coût d'un emprunt à taux variable. D'un point de vue comptable, la part efficace de la variation de juste valeur de l'instrument de couverture est enregistrée directement en contrepartie des capitaux propres, et la partie inefficace est maintenue au compte de résultat. Le montant pris dans les capitaux propres est reclassé en résultat lorsque l'élément couvert affecte lui-même le résultat. La variation de juste valeur de l'opération couverte ne fait l'objet d'aucune inscription au bilan, ni au compte de résultat.

La relation de couverture est traitée par rapport à un unique paramètre de marché, soit, dans le cas du Groupe aujourd'hui, un taux de change ou un taux d'intérêt. Lorsqu'un même instrument dérivé couvre à la fois un risque de taux et un risque de change, les impacts taux et change sont traités séparément.

Par ailleurs, selon les dispositions de la norme, l'évaluation des prêts et emprunts au coût amorti a pour effet de porter les frais d'émission en déduction de la juste valeur initiale du prêt ou de l'emprunt. L'impact résultat lié à l'utilisation d'un taux d'intérêt effectif, tel que requis par la norme (taux actuariel tenant notamment compte des frais d'émission), n'est pas significativement différent de celui induit par un réescompte linéaire des frais d'émission. Ainsi, l'application pour le Groupe de cette disposition conduit simplement à un reclassement dans le bilan d'ouverture des frais enregistrés jusqu'à présent en charges à répartir, en diminution de la dette au bilan. En revanche, l'amortissement de ce coût constituera dans le compte de résultat IFRS, une charge financière au lieu d'une charge d'exploitation dans la pratique comptable actuelle.

1.5.2 Engagements de rachat de minoritaires (IAS 32)

L'application de la norme IAS 32 induit une reconnaissance au passif d'une dette financière relative aux engagements de rachats de parts des minoritaires dans des filiales du Groupe mentionnés en engagements hors-bilan dans le référentiel comptable actuel, ceci non seulement pour la partie déjà comptabilisée en intérêts minoritaires (reclassée en dette), mais également pour l'excédent résultant de la valeur actuelle de l'engagement. En l'absence de position de place arrêtée sur le sujet, le Groupe a choisi d'imputer la contrepartie de cet excédent en diminution des capitaux propres minoritaires. Des variations ultérieures de la juste valeur de la dette sont comptabilisées en résultat.

1.5.3 Valorisation des titres non consolidés (IAS 39)

Les titres des sociétés non consolidées sont en IFRS considérés comme des actifs disponibles à la vente dont les variations de valeur sont comptabilisées en capitaux propres. Le caractère définitif d'une perte de valeur conduit néanmoins à enregistrer la diminution de valeur en résultat.

Il convient de préciser que les normes IAS 32 et IAS 39 induisent des valeurs d'endettement net différentes des pratiques comptables actuelles. Pour rendre la valeur de l'endettement net dans les comptes, sous les principes comptables actuels, comparable à celle présentée dans les normes IFRS, il est nécessaire de prendre en compte notamment la valeur des instruments financiers de couverture au sens de la norme IAS 39, l'application de la méthode du coût amorti et le montant de la dette liée aux engagements de rachat de minoritaires.

1.6 Stock-options (IFRS 2)

Dans le cadre de plans de stock-options accordés aux salariés, l'application de la norme IFRS 2 requiert la comptabilisation en charges de la juste valeur des services obtenus, en contrepartie d'une augmentation des capitaux propres au fur et à mesure de leur consommation, la période de consommation des services correspondant par hypothèse à la période d'acquisition des droits à bénéficier des instruments.

La norme est appliquée aux plans postérieurs au 7 novembre 2002 et pour lesquels les conditions d'attribution définitives ne sont pas levées au 1^{er} janvier 2004.

1.7 Sociétés consolidées par mise en équivalence (IAS 28, IAS 1)

1.7.1 Mise aux normes des sociétés consolidées par mise en équivalence (IAS 28)

Les états financiers des sociétés mises en équivalence dans les comptes consolidés du groupe JCDecaux sont retraités aux normes IFRS tant sur la situation nette d'ouverture au 1^{er} janvier 2004, que pour les comptes au 31 décembre 2004, dès lors que l'impact est jugé significatif à l'échelle du groupe JCDecaux. Ce retraitement est enregistré, que les sociétés mises en équivalence aient ou non l'obligation légale de publier leurs comptes en IFRS.

1.7.2 Présentation des écarts d'acquisition constatés sur des sociétés consolidées par mise en équivalence (IAS 1)

En normes françaises, les écarts d'acquisition résultant d'une consolidation selon la méthode de la mise en équivalence sont présentés sur la ligne "Écarts d'acquisition", et la charge d'amortissement est présentée sur la ligne "Amortissement des écarts d'acquisition". En normes IFRS, la valeur des titres mis en équivalence au bilan inclut les éventuelles valeurs d'écarts d'acquisition, le poste "Quote-part de résultat dans les sociétés mises en équivalence" au compte de résultat inclut les éventuelles charges de dépréciation des écarts d'acquisition.

1.8 Coûts de développement (IAS 38)

Selon la norme IAS 38, les frais de développement sont obligatoirement immobilisés comme des actifs incorporels dès lors que le Groupe peut démontrer :

- son intention, sa capacité financière et technique de mener le projet de développement à son terme ;
- qu'il est probable que les avantages économiques futurs attribuables aux dépenses de développement iront à l'entreprise ;
- et que le coût de cet actif peut être évalué de façon fiable.

Les dépenses de développement immobilisées dans le bilan à compter du 1^{er} janvier 2004 incluent tous les coûts liés au développement, à l'adaptation ou à la mise en valeur de gammes de mobilier urbain, dans le cadre de propositions de contrats ayant une forte probabilité de succès.

Compte tenu des taux statistiques de succès de JCDecaux dans le cadre de ses réponses aux appels d'offres de mobilier urbain, le Groupe considère légitime d'activer systématiquement les projets liés à des réponses aux appels d'offres. L'amortissement commence lorsque le projet est concrétisé par un succès à l'appel d'offres, et est étalé sur la durée du contrat. En cas d'insuccès, le montant activé est passé en charge.

Aucun coût de développement n'a été activé sur la situation nette d'ouverture, le Groupe n'ayant pas la possibilité a posteriori d'identifier de façon fiable les coûts répondant à la définition de la norme.

1.9 Dépréciation des stocks (IAS 2)

L'application du référentiel IFRS n'entraîne pas de modification de méthode de valorisation des stocks, ces derniers étant évalués au minimum du coût d'achat et de leur valeur probable de réalisation. Les dotations et reprises de provision sont en revanche désormais considérées comme un coût net de l'exercice enregistré en résultat d'exploitation.

1.10 Eléments exceptionnels (IAS 1)

La notion de résultat exceptionnel n'existe plus en principes IFRS. Les quelques éléments exceptionnels constatés selon la pratique comptable actuelle sont de ce fait reclassés principalement en "autres produits et charges d'exploitation". Ils correspondent à des éléments inhabituels du fait de leur nature, de leur montant et de leur caractère non récurrent.

1.11 Chiffre d'affaires et escomptes financiers (IAS 18)

Sont exclus du résultat financier en IFRS les escomptes financiers qui sont reclassés en résultat d'exploitation, les charges d'escompte en moins du chiffre d'affaires et les produits d'escompte en moins des coûts directs d'exploitation.

L'impact chiffré de la transition aux IFRS est détaillé dans les tableaux de rapprochement ci-après.

Ces tableaux simplifiés reprennent de façon exhaustive les impacts identifiés du passage aux normes IFRS sur les principaux agrégats.

2. RAPPROCHEMENT DU BILAN SIMPLIFIÉ CONSOLIDÉ AU 1^{ER} JANVIER 2004 (DATE DE TRANSITION AUX IFRS)

	01/01/2004 Pratique comptable actuelle	2.1 Immo- bilisations corporelles	2.2 Location finan- cement	2.3 Provi- sions	2.4 Écart d'acqui- sition	2.5.1 Instruments financiers	2.5.2 Rachat mino- ritaires	2.6 Avantages au personnel et stock options	2.7 Mises en équiva- lence	01/01/2004 IFRS
<i>En millions d'euros</i>										
Besoin en fonds de roulement	155,4					-3,1				152,3
Impôts différés nets	-1,5	-54,2	0,2	-0,3		0,7		-0,4		-55,5
Instruments financiers						0,2				0,2
Écarts d'acquisition	1 178,6				3,0				-144,9	1 036,7
Immobilisations corporelles et incorporelles	707,2	158,6	11,0	38,2						915,0
Immobilisations financières	75,9								152,3	228,2
TOTAL ACTIF	2 115,6	104,4	11,2	37,9	3,0	-2,2	0,0	-0,4	7,4	2 276,9
Provisions	114,6			37,7				-1,4		150,9
Instruments financiers						29,3				29,3
Endettement financier net	635,8		11,5			-30,1				617,2
Dettes sur engagement de rachat de minoritaires							57,3			57,3
TOTAL PASSIF (HORS CAPITAUX PROPRES)	750,4	0,0	11,5	37,7	0,0	-0,8	57,3	-1,4	0,0	854,7
Capitaux propres	1 365,2	104,4	-0,3	0,2	3,0	-1,4	-57,3	1,0	7,4	1 422,2
TOTAL PASSIF	2 115,6	104,4	11,2	37,9	3,0	-2,2	0,0	-0,4	7,4	2 276,9

Notes annexes au rapprochement du bilan simplifié consolidé au 1^{er} janvier 2004.

L'application des normes IFRS sur le bilan consolidé du Groupe au 1^{er} janvier 2004 a un impact positif de 57,0 millions d'euros sur les capitaux propres consolidés.

Les principaux impacts sont listés ci-dessous.

2.1 Immobilisations corporelles (IAS 16, IAS 36)

L'impact cumulé sur le bilan d'ouverture du changement de durée d'amortissement et de l'arrêt de l'activation des consommations de maintenance est une augmentation de 158,6 millions d'euros des immobilisations corporelles nettes sur le bilan d'ouverture au 1^{er} janvier 2004.

Cet ajustement modifie l'actif net d'impôt différé de -54,2 millions d'euros.

2.2 Location financement (IAS 17)

L'application rétrospective sur le bilan d'ouverture au 1^{er} janvier 2004 de la norme IAS 17 se traduit par une hausse des immobilisations corporelles de 11,0 millions d'euros et une augmentation de l'endettement financier de 11,5 millions d'euros.

Cet ajustement modifie l'actif net d'impôt différé de 0,2 million d'euros.

2.3 Provisions (IAS 37, IFRIC 1)

Le retraitement des provisions porte sur la comptabilisation d'une provision actualisée de l'intégralité du coût de démontage et sur l'actualisation des autres provisions. L'application du traitement comptable IFRS sur ces provisions n'a pas d'impact significatif sur la situation nette au 1^{er} janvier 2004. Il se traduit par une augmentation de 38,2 millions d'euros des immobilisations corporelles, et une hausse de 37,7 millions d'euros des provisions.

Cet ajustement modifie l'impôt différé actif net de -0,3 million d'euros.

2.4 Écarts d'acquisition (IFRS 3)

Les écarts d'acquisition négatifs sont reclassés dans le bilan d'ouverture en plus des capitaux propres. L'impact sur le bilan d'ouverture au 1^{er} janvier 2004 est une augmentation des écarts d'acquisition à l'actif de 3,0 millions d'euros qui trouve sa contrepartie dans une augmentation du même montant des capitaux propres.

2.5 Instruments financiers et engagements de rachat de minoritaires (IAS 32 et IAS 39)

Il convient de noter que l'utilisation d'instruments financiers est limitée dans le Groupe, et concerne principalement la société JCDecaux SA. Le Groupe n'utilise des produits dérivés qu'à des fins de "couverture" contre les risques de taux d'intérêt et de change. Cependant, certaines couvertures ne sont pas totalement efficaces au sens de la norme IAS 39. Par souci de simplification du travail de documentation, le Groupe ne souhaite pas appliquer une comptabilité de couverture à certains de ces instruments.

Ainsi, l'impact sur les principaux agrégats du bilan d'ouverture est le suivant, la répartition par type de produits étant analysée ci-dessous :

- diminution de l'endettement net de 30,1 millions d'euros dont 2,6 millions d'euros dus à l'application du coût amorti ;
- constatation des nouveaux postes "instruments financiers" pour 29,3 millions d'euros au passif et 0,2 million d'euros à l'actif ;
- reconnaissance des engagements de rachats de minoritaires en dette ayant un impact de 57,3 millions d'euros sur l'endettement net du Groupe.

2.5.1 Instruments financiers (IAS 39)

2.5.1.1 Instruments financiers d'émission d'emprunts obligataires

En 2003, en émettant son placement privé aux États-Unis, JCDecaux SA a levé des ressources dont une part significative (250 millions de dollars) était libellée en dollars américains et à taux fixe. Le Groupe n'ayant pas généré de besoins de financement libellés en dollars américains d'un tel montant et privilégiant une indexation variable pour ses emprunts à moyen et long terme, JCDecaux SA a procédé, concomitamment à l'émission de son placement privé, à la mise en place de swaps d'émission :

- swap de taux : receveur de taux fixe et payeur de taux variable LIBOR ;
- swaps de taux combinés à des swaps de base : receveurs de taux fixe dollar américain et payeurs de taux variable EURIBOR.

Ces swaps d'émission remplissent les conditions pour être qualifiés de couverture de juste valeur au sens de la norme IAS 39 :

- swap de taux : couverture de taux d'intérêt (couverture des variations de juste valeur de la dette obligataire liées aux variations de taux d'intérêt) ;
- swaps de taux combinés à des swaps de base : couverture de taux d'intérêt (couverture des variations de juste valeur de la dette obligataire liées aux variations de taux d'intérêt) et couverture de change (couverture des variations de juste valeur de la dette obligataire liées aux variations des taux de change).

Ils sont traités selon les modalités explicitées ci-dessous.

Impacts sur le bilan d'ouverture :

Couverture de change (*Fair Value Hedge*)

La baisse des cours du dollar américain par référence aux cours de marché à la date d'émission de l'emprunt a entraîné une différence

de conversion venant diminuer la dette de 23,5 millions d'euros. Celle-ci est compensée symétriquement par la valorisation d'un instrument dérivé pour le même montant et inscrit au passif.

Couverture de taux d'intérêt (*Fair Value Hedge*)

Au 31 décembre 2003, la hausse des courbes de taux depuis la mise en place des opérations a impacté favorablement l'endettement financier à hauteur de 0,5 million d'euros. Cependant, cet impact est compensé au passif du bilan par la valorisation symétrique de l'instrument dérivé de taux.

Le différentiel d'intérêts courus entre l'instrument de couverture de taux et l'élément couvert, enregistré en principes comptables actuels dans un compte de débiteurs et créditeurs divers, a fait l'objet d'un reclassement à l'actif du bilan, en instruments financiers, pour un montant de 0,7 million d'euros.

Pour des raisons de présentation comptable, ces deux valorisations sont compensées dans un poste d'instruments dérivés à l'actif du bilan pour 0,2 million d'euros.

Application de la méthode du coût amorti

Le montant des frais d'émission relatifs à cet emprunt a induit une diminution de l'endettement financier pour 2,6 millions d'euros afin de satisfaire à l'obligation d'évaluation selon la méthode du coût amorti.

2.5.1.2 Couverture du risque de change autre que par swaps d'émission

L'exposition de la société au risque de change provient principalement de l'activité avec ses filiales à l'étranger, et est liée :

- aux opérations commerciales : achat de matériels.
Au 31 décembre 2003, aucune couverture significative de ce type de transaction n'était en place ;
- aux opérations financières : refinancement et recyclage de la trésorerie des filiales étrangères par des swaps de change à court terme en couverture des prêts et emprunts intragroupe.

Du fait de l'élimination en consolidation de ces prêts et emprunts intragroupe, seule la valorisation de ces instruments financiers de couverture apparaît. Ces instruments, déjà revalorisés selon la pratique comptable actuelle dans un compte de débiteurs et créditeurs divers, ont été reclassés en instruments financiers au passif pour un montant de 0,1 million d'euros dans le nouveau référentiel.

Par ailleurs, une partie du placement privé en dollars américains non utilisée par la filiale américaine fait l'objet d'un swap de change court terme. Contrairement à la qualification retenue dans la pratique comptable actuelle, le Groupe a choisi de ne pas qualifier ce dérivé de couverture au sens IAS 39.

Ceci entraîne, d'une part, une revalorisation de la dette au cours de clôture réduisant le passif de 3,5 millions d'euros et, d'autre part, la valorisation d'un dérivé de change pour 3,5 millions d'euros enregistré au passif.

2.5.1.3 Couverture du risque de taux d'intérêt autre que par swaps d'émission

Le risque de taux d'intérêt de la société provient de ses emprunts bancaires et obligataires qui supportent un taux d'intérêt variable. Ainsi, les emprunts souscrits par le Groupe sont principalement indexés aux taux monétaires. Afin de se protéger contre une hausse des taux EURIBOR, la société a mis en place des couvertures sous forme de swaps payeur de taux fixe et receveur de taux variable, d'achat de caps secs ou éventuellement financés par des ventes de caps ou de floors.

Au 31 décembre 2003, les opérations contractées par le Groupe étaient de nature suivante : achats de caps financés par des ventes de caps et ventes de floors.

Au sens de l'IAS 39, l'efficacité de ces instruments financiers par rapport aux éléments couverts n'est pas parfaite. En conséquence, seule la valeur de ces instruments est enregistrée et figure au 31 décembre 2003 au passif pour un montant de 1,7 million d'euros.

En couverture d'emprunts à taux variable en couronnes danoises, la filiale danoise a mis en place un ensemble de swaps payeurs de taux fixe et receveurs de taux variable dont la majeure partie est qualifiée de couverture de flux de trésorerie (*Cash Flow Hedge*).

La valorisation de ces swaps de couverture au passif, dont la contrepartie est portée dans un compte distinct de capitaux propres, s'élève à 0,3 million d'euros, la valeur des autres swaps à 0,2 million d'euros.

L'ensemble de ces retraitements modifie l'actif net d'impôt différé de 0,7 million d'euros.

2.5.2 Engagements de rachat de minoritaires (IAS 32)

Les 57,3 millions d'euros imputés en dettes au 1^{er} janvier 2004 correspondent au montant actualisé :

- d'un droit de vente des minoritaires (*put*) pour un montant de 74 millions d'euros exerçable du 1^{er} janvier 2009 au 31 décembre 2009 ;
- d'un engagement donné par le Groupe d'acheter en 2006 des titres pour un montant estimé à 2,1 millions d'euros.

Selon les principes comptables actuels, ces montants figurent en engagements hors bilan.

En l'absence de position de place et dans l'attente d'une interprétation de la norme sur le sujet, la contrepartie de l'excédent du montant de dette par rapport au montant des intérêts minoritaires a été imputée sur le montant des capitaux propres.

3. RAPPROCHEMENT DU COMPTE DE RÉSULTAT SIMPLIFIÉ CONSOLIDÉ POUR 2004

	2004 Pratique comptable actuelle	3.1 Immobilisations corporelles	3.2 Location financement	3.3 Provisions	3.4 Écart acquisition et purchase accounting	3.5.1 Instruments financiers	3.5.2 Rachats minoritaires
<i>En millions d'euros</i>							
CHIFFRE D'AFFAIRES NET	1 631,4						
Coûts directs d'exploitation	-876,0		2,8				
Coûts commerciaux, généraux et administratifs	-290,2		0,4				
EBITDA	465,2	0,0	3,2	0,0	0,0		
	28,5 %						
		-27,7					
Dotations aux amortissements et provisions nettes	-193,6	40,0	-2,6	3,7	-0,2	1,1	
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	271,6	12,3	0,6	3,7	-0,2	1,1	
	16,6 %						
Résultat financier	-25,3		-0,9	-5,2		-0,2	-2,7
Résultat exceptionnel	0,9						
Impôts sur les sociétés	-88,3	-4,5	0,1	0,5		-0,3	
Résultat des sociétés mises en équivalence	5,6						
Amortissement des écarts d'acquisition	-75,7				72,7		
RÉSULTAT NET	88,8	7,8	-0,2	-1,0	72,5	0,6	-2,7

2.6 Avantages au personnel (IAS 19)

Les provisions dans le bilan d'ouverture au 1^{er} janvier 2004 sont diminuées de 1,4 million d'euros du fait de l'option choisie et proposée par IFRS 1 de comptabiliser tous les écarts actuariels cumulés à la date de transition aux IFRS, dans le cadre de la norme IAS 19. Cet ajustement modifie l'impôt différé actif net de -0,4 million d'euros.

2.7 Sociétés consolidées par mise en équivalence (IAS 28, IAS 1)

2.7.1 Mise aux normes des sociétés consolidées par mise en équivalence (IAS 28)

La mise aux normes IFRS des états financiers des sociétés mises en équivalence se traduit par une augmentation de 7,4 millions d'euros des capitaux propres et des titres mis en équivalence sur le bilan d'ouverture au 1^{er} janvier 2004.

Cette augmentation correspond aux retraitements en normes IFRS de la quote-part détenue par le groupe JCDecaux dans la situation nette d'ouverture du groupe Wall AG (Allemagne) et des sociétés Wall aux États-Unis. Cette mise aux normes IFRS correspond pour l'essentiel au retraitement des durées d'amortissement.

Un premier diagnostic a été établi sur la situation nette d'ouverture du groupe Affichage Holding (Suisse). Sur la base des travaux réalisés à ce jour, aucun ajustement significatif n'a été identifié à l'échelle du Groupe.

2.7.2 Présentation des écarts d'acquisition constatés sur des sociétés consolidées par mise en équivalence (IAS 1)

Les écarts d'acquisition constatés sur les sociétés mises en équivalence sont reclassés sur la ligne "Titres mis en équivalence" en immobilisations financières au bilan pour un montant de 144,9 millions d'euros.

							2004	
3.6	3.7	3.8	3.9	3.10	3.11	3.12	IFRS	
Avantages au personnel et stock-options	Mises en équivalence	Coûts de développement	Stocks	Exceptionnel	Escomptes financiers	Autres		
					-4,1		1 627,3	CHIFFRE D'AFFAIRES NET
		1,3			0,8		-871,1	Coûts directs d'exploitation
								Coûts commerciaux, généraux et administratifs
-3,5		2,0				-0,6	-291,9	
-3,5	0,0	3,3	0,0		-3,3	-0,6	464,3	MARGE OPÉRATIONNELLE
							28,5 %	
			-9,6				-37,3	Pièces détachées maintenance
				9,6	0,2		-141,2	Dotations aux amortissements et provisions nettes
					1,3		1,3	Autres produits et charges
-3,5	0,0	3,3	0,0	1,5	-3,3	0,0	287,1	RÉSULTAT D'EXPLOITATION
							17,6 %	
				-0,6	3,3		-31,6	Résultat financier
				-0,9				
		-1,1					-93,6	Impôts sur les sociétés
	0,9						6,5	Résultat des sociétés mises en équivalence
							-3,0	Dépréciation des écarts d'acquisition
-3,5	0,9	2,2	0,0	0,0	0,0	0,0	165,4	RÉSULTAT NET

Les agrégats suivants sont modifiés par rapport à la pratique comptable actuelle :

- **Marge opérationnelle**

La marge opérationnelle remplace l'EBITDA en tant que mesure de la performance opérationnelle des activités.

Elle se définit comme le chiffre d'affaires diminué des coûts directs d'exploitation et des coûts commerciaux, généraux et administratifs, à l'exclusion des consommations de pièces détachées au titre de la maintenance, des dotations aux amortissements et provisions nettes et des autres produits et charges d'exploitation.

Elle inclut les dotations aux provisions nettes de reprises relatives aux comptes clients. Ces dernières étaient comptabilisées en dessous de l'EBITDA selon la pratique comptable actuelle.

La marge opérationnelle est désormais impactée des charges d'escompte reclassées en moins du chiffre d'affaires et des produits d'escompte reclassés en moins des coûts directs d'exploitation, d'une part, et des charges de stock-options comptabilisées en frais de personnel, d'autre part.

- **Résultat d'exploitation**

Le résultat d'exploitation est déterminé à partir de la marge opérationnelle diminuée des consommations de pièces détachées au titre de la maintenance, des dotations aux amortissements et provisions nettes et des autres produits et charges d'exploitation. Les dotations nettes pour dépréciation des stocks sont enregistrées sur la ligne "Pièces détachées maintenance".

Les autres produits et charges d'exploitation comprennent les plus et moins-values de cession d'actifs corporels et incorporels et les éléments non récurrents enregistrés en exceptionnel dans le cadre comptable actuel.

Les charges nettes liées aux tests de perte de valeur sur les immobilisations corporelles et incorporelles sont enregistrées sur la ligne "dotations aux amortissements et provisions nettes".

- **Résultat financier**

Le résultat financier comprend désormais les variations de valeur des instruments financiers dans le cadre de l'application de la norme IAS 39, l'amortissement des frais d'émission d'emprunt (coût amorti), les variations de valeur et les effets d'actualisation de la valorisation des engagements de rachat de minoritaires dans le cadre de l'application de l'IAS 32, les intérêts financiers sur location financement, ainsi que les charges d'actualisation des provisions (IAS 37).

Sont exclus du résultat financier en IFRS les escomptes financiers qui sont reclassés dans la marge opérationnelle, les charges d'escompte en déduction du chiffre d'affaires et les produits d'escompte en déduction des coûts directs d'exploitation.

- **Résultat des sociétés mises en équivalence**

Cette ligne comprend le résultat net des sociétés mises en équivalence ainsi que l'éventuelle charge de dépréciation des écarts d'acquisition constatés sur les sociétés mises en équivalence.

- **Dépréciation des écarts d'acquisition**

Sont comptabilisées sur cette ligne les éventuelles charges constatées sur les écarts d'acquisition des sociétés intégrées globalement ou en proportionnelle lors des tests de perte de valeur.

3.1 Immobilisations corporelles (IAS 16, IAS 36)

Les changements de durée d'amortissement des mobiliers urbains et l'arrêt de l'activation des consommations de maintenance ont un effet positif de 12,3 millions d'euros sur le résultat d'exploitation du Groupe.

Ces ajustements ont pour effet une augmentation de la charge d'impôt de 4,5 millions d'euros.

L'impact net du retraitement est une amélioration du résultat net de 7,8 millions d'euros.

3.2 Location financement (IAS 17)

La reconnaissance au bilan de contrats de location financement entraîne une diminution des charges de loyers pour 3,2 millions d'euros et une augmentation des dotations aux amortissements pour 2,6 millions d'euros, soit un impact net sur le résultat d'exploitation de 0,6 million d'euros compensé par la constatation de charges d'intérêts financiers pour 0,9 million d'euros.

Cet ajustement a pour effet une diminution de la charge d'impôt de 0,1 million d'euros.

L'impact net du retraitement est une diminution du résultat net de 0,2 million d'euros.

3.3 Provisions (IAS 37, IFRIC 1)

L'application du traitement IFRS de la provision pour démontage se traduit sur le compte de résultat 2004 du Groupe par une augmentation de 7,1 millions d'euros des dotations aux amortissements des immobilisations du fait de l'immobilisation des coûts de démontage, compensée par une réduction de 10,8 millions d'euros des dotations aux provisions, soit un effet net de 3,7 millions d'euros sur le résultat d'exploitation. L'actualisation des provisions au passif se traduit par des charges financières d'actualisation de 5,2 millions d'euros.

Le retraitement a pour effet une diminution de la charge d'impôt de 0,5 million d'euros.

L'impact net du retraitement est une détérioration du résultat net de 1,0 million d'euros.

3.4 Regroupement d'entreprises (IFRS 3, IAS 36)

L'annulation de l'amortissement des écarts d'acquisition en IFRS se traduit par une amélioration du résultat net de 72,7 millions d'euros. Un montant de 3,0 millions d'euros de dépréciation des écarts d'acquisition est néanmoins maintenu en IFRS. Il correspond à une perte de valeur des écarts d'acquisition, également constatée selon la pratique comptable actuelle.

L'application de la méthode de l'acquisition sur la prise de participation à 100 % en 2004 dans la société WFA Wartehallen Finanz AG se traduit par la reconnaissance d'un actif incorporel de 3,0 millions d'euros dont l'amortissement sur 2004 en IFRS vient diminuer le résultat d'exploitation à hauteur de 0,2 million d'euros.

3.5 Instruments financiers et engagements de rachat de minoritaires (IAS 32 et IAS 39)

3.5.1 Instruments financiers (IAS 39)

Les impacts de l'application de la norme IAS 39 sont les suivants par type d'opérations :

- **Éléments qualifiés de couverture par le Groupe**

- Couverture de juste valeur (*Fair Value Hedge*)

Ces couvertures concernent les swaps d'émission sur le placement privé aux États-Unis.

Les variations de valeur de ces actifs et passifs financiers couverts sont compensées par des variations symétriques de valeur des instruments dérivés. Ainsi, les impacts au niveau compte de résultat sont neutralisés.

- Couverture de flux de trésorerie (*Cash Flow Hedge*)

Ces couvertures concernent les swaps de taux payeurs de taux fixe sur la dette à taux variable de la filiale danoise.

Les variations de valeur de ces dérivés ne génèrent pas de variation significative des capitaux propres.

- **Éléments non qualifiés de couverture par le Groupe**

Ces éléments concernent :

- les dérivés de taux d'intérêt mis en place pour se protéger des hausses des taux EURIBOR.

Les variations de valeur de ces dérivés génèrent un produit financier de 0,9 million d'euros, principalement du fait de la diminution de la valeur temps des options incluses dans ces dérivés de taux d'intérêt. L'effet impôt associé est une charge s'élevant à 0,3 million d'euros ;

- le dérivé de change court terme sur la partie du placement privé en dollars américains non utilisée par la filiale américaine. Ce dérivé est qualifié de couverture selon les principes actuels. En IFRS, le Groupe n'a pas souhaité retenir cette qualification.

La variation de juste valeur du dérivé est reconnue au bilan avec une contre-partie en produits financiers pour 1,4 million d'euros. Toutefois, la dette - valorisée au cours de couverture selon les principes actuels - doit être revalorisée au cours de clôture en IFRS. Cette variation de valeur sur la dette vient compenser l'effet de la variation de valeur du dérivé. L'effet est donc nul sur le compte de résultat du Groupe.

- **Coût amorti**

L'amortissement des frais d'émission d'emprunts est enregistré en dotation aux amortissements d'exploitation en principes comptables actuels pour 1,1 million d'euros. En IFRS, cet amortissement constitue une charge financière de même montant.

3.5.2 Engagements de rachat de minoritaires (IAS 32)

Le retraitement décrit ci-après et appliqué aux comptes 2004 IFRS du Groupe n'est pas clairement explicité par les Normes. Il s'agit d'une interprétation.

La dette financière constatée au bilan en IFRS correspondant aux engagements de rachat de parts de minoritaires dans des filiales du Groupe est actualisée, ce qui se traduit par une charge financière d'actualisation de 2,9 millions d'euros en 2004.

La variation de valeur constatée sur une des deux options donnant lieu au retraitement est, elle aussi, constatée en produit financier pour un montant de 0,2 million d'euros.

L'impact net du retraitement est une détérioration du résultat net de 2,7 millions d'euros.

3.6 Stock-options (IFRS 2)

L'application du traitement à la juste valeur des stock-options pour les plans postérieurs au 7 novembre 2002 a un impact négatif de 3,5 millions d'euros sur la marge opérationnelle et le résultat net 2004 du Groupe.

3.7 Sociétés consolidées par mise en équivalence (IAS 28)

La mise aux normes IFRS des états financiers des sociétés mises en équivalence se traduit par une augmentation sur 2004 de 0,9 million d'euros de la quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence.

Cette augmentation correspond à l'impact du retraitement en normes IFRS de la quote-part détenue par le groupe JCDecaux dans le résultat 2004 du groupe Wall AG (Allemagne) et des sociétés Wall aux États-Unis. Cette mise aux normes IFRS correspond pour l'essentiel au retraitement des durées d'amortissement.

Aucun ajustement significatif à l'échelle du Groupe n'a été identifié et enregistré sur les autres sociétés mises en équivalence, y compris sur le groupe Affichage Holding (Suisse), sur la base des travaux réalisés à ce jour.

3.8 Coûts de développement (IAS 38)

L'activation des coûts de développement répondant à la définition des principes IFRS entraîne une amélioration de la marge opérationnelle 2004 de 3,3 millions d'euros.

Ce retraitement a pour effet une augmentation de la charge d'impôt de 1,1 million d'euros.

L'impact net du retraitement est une amélioration du résultat net de 2,2 millions d'euros.

3.9 Dépréciation des stocks (IAS 2)

Les dépréciations de stocks, constatées en “dotations aux provisions nettes” selon le cadre comptable actuel, sont reclassées en principes IFRS sur la ligne “pièces détachées - maintenance” pour un montant total de 9,6 millions d’euros.

3.10 Éléments exceptionnels (IAS 1)

Les éléments de résultat exceptionnel de 0,9 million d’euros sont reclassés, d’une part, en résultat d’exploitation en principes IFRS pour un montant de 1,5 million d’euros, et, d’autre part, en résultat financier pour un montant de -0,6 million d’euros.

3.11 Chiffre d’affaires et escomptes financiers (IAS 18)

Le reclassement en IFRS des escomptes financiers conduit à une diminution du chiffre d’affaires de 4,1 millions d’euros et à une diminution des coûts directs d’exploitation de 0,8 million d’euros, compensées par une amélioration du résultat financier de 3,3 millions d’euros.

3.12 Autres

Les dotations nettes aux provisions sur créances douteuses, inscrites en dessous de l’EBITDA selon la pratique comptable actuelle, sont reclassées en marge opérationnelle en IFRS. Ce reclassement a un impact négatif sur la marge opérationnelle de 0,6 million d’euros. Il est sans impact sur le résultat d’exploitation.

En synthèse, l’impact des normes IFRS sur le compte de résultat de l’exercice 2004 se caractérise principalement par :

- une augmentation du résultat d’exploitation de 15,5 millions d’euros, liée pour 12,3 millions d’euros aux impacts des retraitements sur les immobilisations corporelles (changement de durée d’amortissement des mobiliers urbains et arrêt de l’activation des consommations de maintenance) ;
- une augmentation du résultat net de 76,6 millions d’euros, liée pour 72,7 millions d’euros à l’annulation de l’amortissement des écarts d’acquisition en IFRS.

4. RAPPROCHEMENT DU BILAN SIMPLIFIÉ CONSOLIDÉ AU 31 DÉCEMBRE 2004

	31/12/2004 Pratique comptable actuelle	Immobi- lisations corporelles	Location finan- cement	Provi- sions	Écart acqui- sitions et purchase accounting	Instru- ments finan- ciers	Rachats de minoritaires	Avantages au personnel et stock- options	Mises en équi- valence	Coûts de déve- loppe- ment	Autres	31/12/2004 IFRS
<i>En millions d’euros</i>												
Besoin en fonds de roulement	144,0					-1,2					-0,4	142,4
Impôts différés nets	-14,0	-57,0	0,3	0,1		0,5		-0,4		-1,1		-71,6
Instruments financiers						0,7						0,7
Écarts d’acquisition	1 113,7				72,6				-145,1			1 041,2
Immobilisations corporelles et incorporelles	703,3	170,2	10,6	38,3	2,8					3,3	0,4	928,9
Immobilisations financières	80,8								153,4			234,2
TOTAL ACTIF	2 027,8	113,2	10,9	38,4	75,4	0,0	0,0	-0,4	8,3	2,2	0,0	2 275,8
Provisions	124,3			39,4				-1,4				162,3
Instruments financiers						36,5						36,5
Endettement financier net	457,5		11,4			-35,7						433,2
Dette sur engagement de rachat de minoritaires							60,0					60,0
TOTAL PASSIF (HORS CAPITAUX PROPRES)	581,8	0,0	11,4	39,4	0,0	0,8	60,0	-1,4	0,0	0,0	0,0	692,0
Capitaux propres	1 446,0	113,2	-0,5	-1,0	75,4	-0,8	-60,0	1,0	8,3	2,2		1 583,8
TOTAL PASSIF	2 027,8	113,2	10,9	38,4	75,4	0,0	0,0	-0,4	8,3	2,2	0,0	2 275,8

Le tableau ci-dessus présente les impacts du passage aux IFRS sur le bilan consolidé au 31 décembre 2004.

L'application des normes IFRS sur le bilan consolidé du Groupe au 31 décembre 2004 a un impact positif de 137,8 millions d'euros sur les capitaux propres consolidés.

La lecture de ce tableau, en complément des impacts détaillés ci-dessus sur le bilan d'ouverture au 1^{er} janvier 2004 et sur le compte de résultat 2004, doit prendre également en compte les éventuels impacts de change sur le bilan.

5. RAPPROCHEMENT DU TABLEAU DE VARIATION DE L'ENDETTEMENT NET CONSOLIDÉ POUR 2004

<i>En millions d'euros</i>	2004 Pratique comptable actuelle	Immobi- lisations corporelles	Location finan- cement	Instru- ments financiers	Rachats de minoritaires	Coûts de dévelop- pement	Stocks	Dividendes	Autres	2004 IFRS	
Capacité d'autofinancement	368,1		2,3	0,3		3,3	-9,6	-4,9	8,9	368,4	Capacité d'autofinancement
Variation du besoin en fonds de roulement	-8,0			-0,3			9,6		-8,5	-7,2	Variation du besoin en fonds de roulement
		-27,7								-27,7	Coûts de maintenance
FLUX NETS ISSUS DE L'EXPLOITATION	360,1	-27,7	2,3	0,0	0,0	3,3	0,0	-4,9	0,4	333,5	FLUX NETS ISSUS DE L'EXPLOITATION
Maintenance	-27,7	27,7									
Investissements (hors investissements financiers)	-147,9					-3,3				-151,2	Investissements (hors investissements financiers)
Cessions d'immobilisations	9,7									9,7	Cessions d'immobilisations
TOTAL CAPEX	-165,9	27,7	0,0	0,0	0,0	-3,3	0,0	0,0	0,0	-141,5	TOTAL CAPEX
CASH FLOW DISPONIBLE	194,2	0,0	2,3	0,0	0,0	0,0	0,0	-4,9	0,4	192,0	CASH FLOW DISPONIBLE
Dividendes	-12,5							4,9		-7,6	Dividendes nets
Augmentation de capital	6,9									6,9	Augmentation de capital
Investissements financiers	-18,3									-18,3	Investissements financiers
Autres	8,0		-2,2	5,6	-2,7				-0,4	8,3	Autres
VARIATION DE L'ENDETTEMENT NET	-178,3	0,0	-0,1	-5,6	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	-181,3	VARIATION DE L'ENDETTEMENT NET

Les flux nets issus de l'exploitation de 360,1 millions d'euros, en principes comptables actuels, s'élèvent à 333,5 millions d'euros en IFRS. Cette diminution est liée principalement à l'arrêt de l'activation des consommations de maintenance pour -27,7 millions d'euros. Cette diminution est compensée par la diminution pour le même montant des investissements corporels. L'impact est donc neutre sur le cash flow disponible du Groupe.

Le cash flow disponible de 194,2 millions d'euros en principes comptables actuels, s'élève à 192,0 millions d'euros en IFRS. Cette diminution est liée principalement :

- au reclassement des dividendes reçus des flux liés à l'exploitation en moins des dividendes versés pour un montant de -4,9 millions d'euros ;
- à l'impact de 2,3 millions d'euros du retraitement de location financement.

L'impact des retraitements IFRS sur le niveau d'endettement net du Groupe au 31 décembre 2004 se décompose de la façon suivante :

<i>En millions d'euros</i>	31/12/04 Pratique comptable actuelle	Location finan- cement	Instruments financiers	Rachats de minoritaires	31/12/04 IFRS
Endettement net fin de période	457,5	11,4	-35,7	60,0	493,2

L'application de la norme IAS 39 sur les instruments financiers vient diminuer le niveau d'endettement net du Groupe de 35,7 millions d'euros.

L'application de la norme IAS 32 sur les engagements de rachat de minoritaires vient augmenter le niveau d'endettement net du Groupe de 60,0 millions d'euros.

L'application de la norme IAS 17 sur la location financement vient augmenter le niveau d'endettement net du Groupe de 11,4 millions d'euros.

Il en résulte une augmentation nette de 35,7 millions d'euros de l'endettement net du Groupe, sans que cet impact ait un effet sur les flux de trésorerie et la trésorerie nette.

COMMENTAIRES SUR LES COMPTES SOCIAUX

Conformément à l'art. 148 du décret du 23 mars 1967, un tableau faisant apparaître les résultats financiers de la société au cours des cinq derniers exercices est annexé au présent rapport.

1. COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ

Dans un contexte de reprise modérée, toujours marqué par une forte concurrence, la société JCDecaux SA a poursuivi sa stratégie de préservation de ses parts de marché en France et de maîtrise sélective de ses investissements et de ses coûts opérationnels. Cette stratégie continue de s'appuyer sur une politique d'innovation, particulièrement sur le plan de l'offre marketing.

Les activités de la société couvrent les domaines suivants :

- la commercialisation des espaces publicitaires de certaines sociétés affiliées ;
- le montage, l'entretien, la réparation et le démontage de mobiliers urbains ainsi que leur exploitation à des fins publicitaires lorsque ceux-ci sont sa propriété ;
- l'entretien des mobiliers de voirie et le traitement de la pollution canine ;
- la vente de mobiliers urbains, pièces détachées et produits d'entretien à l'ensemble des filiales du Groupe ;
- les prestations d'assistance et de conseil dans les domaines administratif, technique, informatique, juridique, immobilier, social et industriel destinées aux différentes filiales du groupe JCDecaux ;
- la gestion de participations.

2. COMMENTAIRES SUR LES COMPTES

2.1 Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires 2004 s'est élevé à 549,6 millions d'euros, en diminution de 1,4 million d'euros par rapport à 2003.

Cette évolution recouvre une progression des ventes de matériels de 8,8 millions d'euros principalement due aux renouvellements de contrats de mobiliers urbains en France.

Bénéficiant de la reprise de l'activité publicitaire précédemment évoquée, le chiffre d'affaires publicitaire a augmenté de 3,05 % soit 8,6 millions d'euros et ressort à 289,6 millions d'euros en 2004. Il a représenté 52,7 % du chiffre d'affaires 2004, contre 51 % en 2003. Cette progression est cependant compensée par le reclassement en autres produits des redevances facturées aux filiales du Groupe.

2.2 Charges d'exploitation

Les charges d'exploitation se sont élevées à 546,9 millions d'euros en 2004 contre 517,2 millions d'euros en 2003.

Cette hausse est principalement imputable d'une part à l'accroissement des achats d'espaces publicitaires en lien avec la hausse du chiffre d'affaires publicitaire, d'autre part à la hausse des achats consommés en lien avec la hausse des ventes de matériels.

En 2004, les frais de personnel se sont élevés à 117,0 millions d'euros

contre 116,0 millions d'euros en 2003. La revalorisation des rémunérations et la dégressivité des aides dans le cadre de la loi Aubry sur les 35 heures ont été partiellement compensées par une baisse des effectifs moyens de l'ordre de 3,8 %.

Les dotations aux amortissements et provisions se sont élevées à 38,5 million d'euros en 2004, contre 30 millions d'euros en 2003. Les dotations aux amortissements ont diminué de 3,4 millions d'euros, diminution due notamment à la baisse des amortissements des charges à répartir liés aux emprunts. Les dotations aux provisions sur actifs circulants ont augmenté de 12,0 millions d'euros incluant une dotation pour dépréciation des stocks de 9,1 millions d'euros.

Les autres charges progressent de 5,3 millions d'euros en 2004 et s'élèvent à 6,6 millions. Cette évolution s'explique principalement par le reclassement de charges auparavant constatées en autres achats et charges externes.

Les charges non déductibles fiscalement, visées à l'article 223 quarter du Code général des impôts, se sont élevées à 52 824 euros et n'ont généré aucun impôt sur l'exercice.

2.3 Résultat d'exploitation

Le résultat d'exploitation se traduit en 2004 par un profit de 35,8 million d'euros contre 52,9 millions d'euros en 2003.

2.4 Résultat financier

Le résultat financier s'établit à 117,2 millions d'euros en 2004, contre 35,0 millions d'euros en 2003, soit une hausse de 82,2 millions d'euros. Cette variation résulte principalement de la hausse de 69,6 millions d'euros des dividendes perçus en 2004 en particulier des sociétés françaises (135,6 millions contre 65,9 millions en 2003).

2.5 Résultat exceptionnel

Le résultat exceptionnel a représenté une perte de 9,1 millions d'euros en 2004, contre un profit de 127,5 millions d'euros en 2003. Cette perte correspond essentiellement au solde négatif des opérations en capital (-6,2 millions d'euros net) et aux dotations sur amortissements dérogatoires de 3,1 millions d'euros.

2.6 Résultat net

Le résultat net s'est élevé à 143,6 millions d'euros en 2004, contre 215,8 millions d'euros en 2003.

3. ÉVOLUTION RÉCENTE ET PERSPECTIVES

Le chiffre d'affaires publicitaire pourrait croître légèrement en 2005 mais reste fortement sujet à l'évolution de la situation économique. L'activité vente de matériel devrait progresser conformément aux prévisions d'investissements, prévus à la hausse pour l'activité Mobilier Urbain en France. La poursuite de la maîtrise des charges devrait permettre d'atteindre un niveau de rentabilité de l'exploitation en progression par rapport à 2004.

COMPTES SOCIAUX ET ANNEXE

BILAN

<i>En millions d'euros</i>	31/12/2004	31/12/2003	31/12/2002
Actif			
<i>Immobilisations incorporelles</i>			
Valeurs brutes	42,0	34,7	30,7
Amortissements	-23,9	-19,3	-15,5
Valeurs nettes	18,1	15,4	15,2
<i>Immobilisations corporelles</i>			
Valeurs brutes	148,4	161,7	162,2
Amortissements	-108,8	-120,9	-110,5
Valeurs nettes	39,6	40,8	51,7
<i>Immobilisations financières</i>			
Valeurs brutes	2 341,7	2 334,9	1 988,6
Amortissements	-29,5	-28,3	-27,4
Valeurs nettes	2 312,2	2 306,6	1 961,2
ACTIF IMMOBILISÉ	2 369,9	2 362,8	2 028,1
Stocks			
Valeurs brutes	55,5	58,5	59,4
Provisions	-17,3	-8,1	-7,6
Valeurs nettes	38,2	50,4	51,8
Clients			
Valeurs brutes	180,0	155,1	162,7
Provisions	-5,5	-5,8	-7,0
Valeurs nettes	174,5	149,3	155,7
Autres créances			
Valeurs brutes	25,2	40,9	41,1
Provisions	-1,8	0,0	0,0
Valeurs nettes	23,4	40,9	41,1
Divers			
Valeurs mobilières de placement (net)	0,0	84,8	72,6
Disponibilités	6,7	26,5	22,6
Comptes de régularisation	7,1	6,7	6,9
ACTIF CIRCULANT	249,9	358,6	350,7
Charges à répartir	3,0	3,9	3,3
Écarts de conversion actif	16,7	9,9	14,3
TOTAL ACTIF	2 639,5	2 735,2	2 396,4

Passif

<i>En millions d'euros</i>	31/12/2004	31/12/2003	31/12/2002
Capital social	3,4	3,4	3,4
Primes d'émission, de fusion et d'apport	1 092,5	1 086,4	1 086,4
Réserves	25,9	25,9	25,1
Report à nouveau	534,0	318,7	266,3
Résultat de l'exercice	143,6	215,8	54,6
Provisions réglementées	9,6	7,2	7,6
CAPITAUX PROPRES	1 809,0	1 657,4	1 443,4
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	17,2	14,8	7,4
Dettes financières			
Autres emprunts obligataires	370,2	377,6	0,0
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	68,4	321,2	685,2
Emprunts et dettes financières divers	216,4	209,3	90,6
Dettes d'exploitation			
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	62,2	58,4	64,8
Dettes fiscales et sociales	60,1	50,7	58,1
Dettes diverses			
Dettes sur immo. et comptes rattachés	1,3	1,3	2,4
Autres dettes	9,7	27,4	22,8
Comptes de régularisation	8,2	8,0	9,0
DETTES	796,5	1 053,9	932,9
Écarts de conversion passif	16,8	9,1	12,7
TOTAL PASSIF	2 639,5	2 735,2	2 396,4

COMPTE DE RÉSULTAT

<i>En millions d'euros</i>	2004	2003	2002
CHIFFRE D'AFFAIRES NET	549,6	551,0	577,9
Production stockée	-0,8	0,1	-1,5
Production immobilisée	11,9	5,6	3,5
Reprises sur amort. et provisions, transfert de charges	6,6	12,0	5,4
Autres produits	15,4	1,3	1,2
PRODUITS D'EXPLOITATION	582,7	570,0	586,5
Achats de matières premières et autres approvisionnements	59,9	64,9	83,5
Autres achats et charges externes	315,8	296,8	309,8
Impôts, taxes et versements assimilés	9,0	8,2	9,4
Salaires et traitements	83,7	84,4	85,3
Charges sociales	33,4	31,6	32,3
Dotations aux amortissements et provisions	38,5	30,0	39,0
Autres charges	6,6	1,3	0,8
CHARGES D'EXPLOITATION	546,9	517,2	560,1
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	35,8	52,8	26,4
Résultat financier	117,2	35,0	16,0
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT	153,0	87,8	42,4
Produits exceptionnels	3,4	308,7	57,5
Charges exceptionnelles	12,6	181,2	52,5
RÉSULTAT EXCEPTIONNEL	-9,2	127,5	5,0
Participation des salariés	0,0	0,0	0,3
Impôts sur les bénéfices	0,2	-0,5	-7,5
RÉSULTAT NET	143,6	215,8	54,6

ANNEXE

AUX COMPTES SOCIAUX

Les comptes annuels de l'exercice clos le 31 décembre 2004 ont été arrêtés par le Directoire avec un chiffre d'affaires s'élevant à 549,6 millions d'euros, un résultat de 143,6 millions d'euros et un total de bilan de 2 639,5 millions d'euros.

1. PRINCIPES, RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES

1.1 Principes généraux

Les comptes annuels de l'exercice clos le 31 décembre 2004 ont été établis conformément aux dispositions législatives et réglementaires en vigueur et aux principes comptables généralement admis :

- continuité de l'exploitation,
- permanence des méthodes comptables,
- indépendance des exercices.

L'évaluation des éléments inscrits en comptabilité est faite selon la méthode des coûts historiques.

1.2 Principales méthodes utilisées

1.2.1 Actif immobilisé

Les immobilisations sont évaluées au coût d'acquisition conformément aux règles comptables. Il n'y a pas eu de modification dans les méthodes d'évaluation.

1.2.1.1 Immobilisations incorporelles

Les immobilisations incorporelles sont constituées principalement par des logiciels. Elles sont amorties linéairement sur une durée de 3 à 5 ans.

1.2.1.2 Immobilisations corporelles

Les méthodes d'amortissements n'ont subi aucune modification par rapport aux exercices précédents. Les modes d'amortissements retenus conformes à la législation fiscale et déterminés selon la durée de vie prévue sont les suivants :

• Constructions	linéaire 20 ans
• Agencements et aménagements des constructions	linéaire 10 ans
• Installations techniques, matériel et outillage	linéaire ou dégressif 5 ans
• Matériel de transport	linéaire 4 ans
• Matériel de bureau et informatique	linéaire ou dégressif 3 ou 5 ans
• Mobilier	linéaire 10 ans
• Mobilier urbain	linéaire 7,25 ans

1.2.1.3 Immobilisations financières

Les titres de participation figurent au bilan pour leur prix d'acquisition par la société, et sont dépréciés lorsque leur valeur d'utilité, appréciée filiale par filiale, est inférieure à leur coût d'acquisition.

La société a ainsi procédé à une revue de la valeur des actifs par comparaison avec une valeur d'usage issue des tests de perte de valeur, utilisés pour les besoins des comptes consolidés du groupe JCDecaux SA, calculée notamment en fonction des flux de trésorerie actualisés.

La valeur d'utilité tient compte de la quote-part des capitaux propres et des perspectives de rentabilité lorsque ces dernières présentent des assurances satisfaisantes.

Lors des cessions de titres de participation, il est fait application de la méthode FIFO.

1.2.2 Actif circulant

1.2.2.1 Stocks et encours

Les stocks de marchandises sont valorisés à leur prix d'achat et les stocks de produits finis ou de produits intermédiaires sont valorisés à leur prix de revient. Les stocks sont dépréciés en fonction de leur valeur d'usage et de leur probabilité d'écoulement.

1.2.2.2 Créances

Les créances litigieuses, contentieuses ou douteuses de par leur antériorité font l'objet de provisions pour dépréciation en fonction du risque de non-recouvrement.

1.2.2.3 Charges constatées d'avance

Conformément à la règle d'indépendance des exercices, les charges se rapportant aux exercices 2005 et ultérieurs sont enregistrées dans ce compte.

1.2.3 Passif

1.2.3.1 Provisions pour risques et charges

Des provisions sont constituées pour faire face à des risques potentiels ou à des charges à prévoir.

1.2.3.2 Provisions pour indemnités de fin de carrière et avantages assimilés

Les engagements de JCDecaux SA résultant de régimes à prestations définies, ainsi que leurs coûts, sont déterminés selon la méthode des unités de crédit projetées.

Cette méthode consiste à évaluer l'engagement en fonction du salaire projeté en fin de carrière et des droits acquis à la date d'évaluation, déterminés selon les dispositions de la convention collective, des accords d'entreprise ou des droits légaux en vigueur.

Pour les avantages postérieurs à l'emploi à prestations définies, les écarts actuariels représentant plus de 10 % du montant des engagements ou de la valeur de marché des placements sont amortis sur la durée résiduelle moyenne de présence des salariés. Le coût des services passés est amorti sur la durée moyenne restant à courir jusqu'à ce que les droits correspondants soient acquis au personnel.

Pour les avantages à long terme, les écarts actuariels générés ainsi que le coût des services passés sont immédiatement comptabilisés en charges ou en produits, l'exercice de leur constatation.

1.2.3.3 Produits constatés d'avance

Conformément à la règle de l'indépendance des exercices, les produits se rapportant aux exercices 2005 et ultérieurs sont enregistrés dans ce compte.

1.2.4 Opérations en devises et instruments financiers

1.2.4.1 Opérations en devises

Les dettes, créances et disponibilités en devises figurent au bilan pour leur contre-valeur au cours de fin d'exercice. La différence éventuelle résultant de l'actualisation des dettes et créances en devises à ce dernier cours est portée au bilan en "Comptes de régularisation".

Les pertes latentes de change non couvertes font l'objet d'une provision pour perte de change.

1.2.4.2 Instruments financiers

Les couvertures de risque de taux d'intérêt visent à limiter les effets des fluctuations des taux d'intérêts à court terme sur les emprunts souscrits par la société.

Ces couvertures sont réalisées au moyen d'instruments financiers de gré à gré avec des contreparties bancaires de premier rang. Les instruments financiers utilisés sont principalement des swaps, des FRA (*Forward Rate Agreements*) et des options de taux.

Les couvertures de risque de change visent à prémunir l'entreprise contre les effets de fluctuations des devises contre l'euro. Les instruments utilisés sont principalement des achats et ventes à terme de devises contre euros et des options de change.

2. IDENTITÉ DES SOCIÉTÉS MÈRES CONSOLIDANT LES COMPTES DE LA SOCIÉTÉ

Bien que publiant elle-même des comptes consolidés, les comptes annuels sont inclus suivant la méthode de l'intégration globale dans les comptes consolidés de la société suivante :

JCDecaux Holding
17, Rue Soyier
92200 Neuilly-sur-Seine

3. IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

	Valeurs au 01/01/2004	Augmen- tations	Diminutions	Valeurs au 31/12/2004
<i>En millions d'euros</i>				
Valeurs brutes	34,7	14,6	7,3	42,0
Amortissements et provisions	-19,3	-4,6	-	-23,9
VALEURS NETTES	15,4	10,0	7,3	18,1

Valeurs brutes	Valeurs au 01/01/2004	Augmen- tations	Diminutions	Valeurs au 31/12/2004
<i>En millions d'euros</i>				
Brevets, licences et logiciels	28,1	8,2	-	36,3
Fonds de commerce	0,1	-	-	0,1
Immobilisations incorporelles en cours	6,5	6,4	7,3	5,6
TOTAL	34,7	14,6	7,3	42,0

Amortissements	Valeurs au 01/01/2004	Augmen- tations	Diminutions	Valeurs au 31/12/2004
<i>En millions d'euros</i>				
Brevets, licences et logiciels	-19,3	-4,6	-	-23,9
TOTAL	-19,3	-4,6	-	-23,9

Les frais engagés, tant internes qu'externes, pour le développement des logiciels significatifs (applications informatiques dites "de cœur de métier") sont portés en immobilisations incorporelles et amortis linéairement sur une durée de 5 ans. Conformément aux dispositions comptables en vigueur, seuls les frais engagés sur les phases de conception détaillée, programmation et paramétrage, tests et recette sont enregistrés en immobilisations.

Les éventuels frais de recherche et de développement encourus au cours de l'exercice sont comptabilisés en charge.

4. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

	Valeurs au 01/01/2004	Augmen- tations	Diminutions	Valeurs au 31/12/2004
<i>En millions d'euros</i>				
Valeurs brutes	161,7	18,1	31,4	148,4
Amortissements et provisions	-120,9	-13,7	-25,8	-108,8
VALEURS NETTES	40,8	4,4	5,6	39,6

Valeurs brutes	Valeurs au 01/01/2004	Augmentations	Diminutions	Valeurs au 31/12/2004
<i>En millions d'euros</i>				
Terrains	0,2	-	-	0,2
Constructions	37,8	0,4	13,7	24,5
Mobiliers urbains	0,6	4,8	0,1	5,3
Inst. matériel et outillage	24,6	0,9	0,1	25,4
Inst. générales, agencements	35,0	1,3	1,7	34,6
Matériel de transport	38,7	2,2	1,3	39,6
Matériel de bureau et info.	23,9	2,3	9,7	16,5
Autres	0,1	-	-	0,1
En-cours	0,7	6,1	4,8	2,0
Avances et acomptes	0,1	0,1	-	0,2
TOTAL	161,7	18,1	31,4	148,4

Amortissements	Valeurs au 01/01/2004	Augmentations	Diminutions	Valeurs au 31/12/2004
<i>En millions d'euros</i>				
Constructions	-23,5	-2,3	-13,2	-12,6
Mobiliers urbains	-0,4	-0,5	-0,1	-0,8
Installations matériel et outillage	-18,9	-2,9	-0,2	-21,6
Installations générales, agencements	-23,6	-2,8	-1,5	-24,9
Matériel de transport	-34,7	-2,8	-1,2	-36,3
Matériel de bureau et informatique	-19,5	-2,4	-9,6	-12,3
Emballages récupérables	-0,1	-	-	-0,1
Immobilisations en cours	-0,2	-	-	-0,2
TOTAL	-120,9	-13,7	-25,8	-108,8

5. IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES

	Valeurs au 01/01/2004	Augmentations	Diminutions	Valeurs au 31/12/2004
<i>En millions d'euros</i>				
Participations	2 150,2	6,6	12,6	2 144,2
Créances rattachées à des participations	131,8	92,2	87,6	136,4
Autres titres immobilisés	2,1	-	-	2,1
Prêts et autres immobilisations financières	50,8	38,5	30,3	59,0
VALEURS BRUTES	2 334,9	137,3	130,5	2 341,7
Provisions pour dépréciation	-28,2	-11,8	-10,6	-29,4
VALEURS NETTES	2 306,7	125,5	119,9	2 312,3

Détail de l'augmentation des titres de participations

<i>En millions d'euros</i>	
MCDecaux Japon (augmentation de capital)	3,9
IPDecaux (augmentation de capital)	0,1
AQMI	2,0
UDC Mexico (augmentation de capital)	0,6
Augmentation des titres de participation	6,6

Détail des diminutions des titres de participations

<i>En millions d'euros</i>	
Affichage Holding (remboursement de capital)	3,7
Dissolution par confusion de patrimoine RCI	6,9
AQMI	2,0
Diminution des titres de participation	12,6

Les augmentations et diminutions des créances rattachées à des participations correspondent aux nouveaux prêts et aux remboursements des financements accordés aux filiales.

Le poste "Autres titres immobilisés" correspond au rachat de 200 000 actions JCDecaux SA acquises à un prix moyen hors commissions de 10,28 euros.

6. STOCKS

<i>En millions d'euros</i>	2004	2003
Matières premières et approvisionnements	25,0	26,4
En cours de production	1,2	-
Produits semi-finis	17,8	19,3
Produits finis	11,5	12,8
TOTAL VALEUR BRUTE	55,5	58,5
Provision pour dépréciation	-17,3	-8,2
TOTAL VALEUR NETTE	38,2	50,3

7. VALEURS MOBILIÈRES DE PLACEMENT ET AUTRES INSTRUMENTS FINANCIERS

Au 31 décembre 2004, JCDecaux SA n'a aucune valeur mobilière de placement en portefeuille.

8. DISPONIBILITÉS

<i>En millions d'euros</i>	2004	2003
Banques et comptes courants	6,7	6,5
Caisse	-	-
Dépôts à terme pouvant être débloqués par anticipation	-	20,0
TOTAL	6,7	26,5

9. CHARGES À RÉPARTIR SUR PLUSIEURS EXERCICES

<i>En millions d'euros</i>	2004	2003
Frais d'émission d'emprunts	3,0	3,9
TOTAL	3,0	3,9

Les frais d'émission d'emprunt sont principalement relatifs à l'émission en 2003 du placement privé aux États-Unis et à la mise en place en décembre 2003 d'une ligne de crédit. Ces frais sont amortis sur la durée respective de chaque emprunt.

10. ÉCHEANCES DES CRÉANCES ET DES DETTES

<i>En millions d'euros</i>	Total	À moins d'un an	À plus d'un an et à 5 ans au plus	À plus de 5 ans
Créances	407,1	212,7	194,4	-
Dettes	796,5	160,4	268,1	368,0

Les montants indiqués en créances incluent les créances rattachées à des participations, les prêts, les autres immobilisations financières ainsi que les créances sur les clients, les autres créances et les charges constatées d'avance.

Les montants indiqués en dettes incluent les dettes obligataires, bancaires et autres dettes financières vis-à-vis des filiales ainsi que les dettes fournisseurs, les autres dettes et produits constatés d'avance.

Les dettes financières de JCDecaux SA vis-à-vis de sociétés qui ne sont pas ses filiales directes ou indirectes sont constituées par :

- un placement privé émis en 2003 aux États-Unis, amortissable entre 2010 et 2015 et d'un montant au 31 décembre 2004 de 368 millions d'euros ;
- un tirage d'un montant de 65 millions d'euros sur la ligne de crédit bancaire mise en place en décembre 2003 et d'échéance finale décembre 2008.

Par ailleurs, la société disposait au 31 décembre 2004 de lignes de crédit bancaires confirmées non utilisées d'un montant de 600 millions d'euros et d'échéance finale décembre 2008.

Les sources de financement de JCDecaux SA sont confirmées, mais imposent le respect de "covenants". Le non respect de ces "covenants" peut impliquer l'exigibilité anticipée des prêts et crédits :

- Ils limitent la capacité de JCDecaux SA entre autres à :
 - accorder des sûretés ;
 - céder des actifs ;
 - faire porter de la dette par les filiales de JCDecaux SA ;
 - développer des activités autres que celles actuellement exercées dans le cadre de la communication extérieure.
- Ils requièrent de JCDecaux SA et de ses filiales consolidées de maintenir les ratios financiers suivants :
 - ratio de couverture d'intérêts : EBITDA consolidé/frais financiers nets consolidés > 3,5 pour 1 ;
 - ratio d'endettement net consolidé : dette nette consolidée/EBITDA consolidé < 3,5 pour 1.

Au 31 décembre 2004, le Groupe a satisfait à ces critères, avec un ratio de couverture d'intérêts de 18,2 et un ratio d'endettement consolidé de 1.

- Ils limitent les changements du contrôle de JCDecaux SA.

11. CHARGES ET PRODUITS CONSTATÉS D'AVANCE

<i>En millions d'euros</i>	2004	2003
Location emplacements publicitaires	5,6	5,6
Instruments financiers (primes sur options de taux d'intérêts)	-	0,1
Divers (maintenance, location, etc.)	1,5	1,0
CHARGES CONSTATÉES D'AVANCE	7,1	6,7

<i>En millions d'euros</i>	2004	2003
Ventes espaces publicitaires	8,1	7,9
Divers	0,1	0,1
PRODUITS CONSTATÉS D'AVANCE	8,2	8,0

12. CAPITAUX PROPRES

	01/01/2004	Affectation du résultat 2003	Variations 2004	31/12/2004
<i>En millions d'euros</i>				
Capital	3,4			3,4
Prime d'émission	683,3		6,1	689,4
Prime de fusion	159,1			159,1
Prime d'apports	244,0			244,0
Réserve légale	0,3			0,3
Réserve PV nettes LT	22,5			22,5
Autres réserves	3,1			3,1
Report à nouveau	318,7	215,8	-0,4	534,1
Résultat de l'exercice	215,8	-215,8	143,6	143,6
Provisions réglementées	7,2		2,3	9,5
TOTAL CAPITAUX PROPRES	1 657,4	-	151,6	1 809,0

Au 31 décembre 2004, le capital social de 3 384 274,13 euros est composé de 221 993 669 actions entièrement libérées.

Dans le cadre du plan d'options de souscription autorisé par les assemblées générales des 23 mars 2001, 23 mai 2002 et du 12 mai 2004, le Directoire a octroyé, au cours de l'exercice 2004, 678 711 options, portant le nombre de stock-options attribué au 31 décembre 2004 à 5 080 057 options, réparties comme suit :

Date d'émission	21/06/2001	20/07/2001	14/12/2001	13/12/2002	16/01/2003	05/03/2004
Nombre d'options émises	3 283 684	479 024	340 996	88 096	209 546	678 711
Prix d'exercice des options	16,50 €	15,46 €	11,12 €	10,67 €	10,78 €	15,29 €
Date d'expiration	21/06/2008	20/07/2008	14/12/2008	13/12/2009	16/01/2010	05/03/2011

Au 31 décembre 2004, le capital social de la société est détenu à hauteur de 69,85 % (soit 155 056 745 actions détenues) par la société JCDecaux Holding et à hauteur de 3,24 % par la société Artisan International Fund (Milwaukee, États-Unis) (soit 7 197 284 actions détenues).

La société n'a pas distribué de dividendes en 2004.

13. PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES

	Valeurs au 01/01/2004	Dotations 2004	Reprises 2004	Valeurs au 31/12/2004
<i>En millions d'euros</i>				
PROVISIONS POUR RISQUES				
- Autres provisions déductibles	0,6	3,6	0,4	3,8
- Autres provisions non déductibles ⁽¹⁾	8,2	6,6	8,0	6,8
PROVISIONS POUR CHARGES				
- Provisions pour IFC et médailles du travail	6,0	0,6	-	6,6
- Autres provisions	-	-	-	-
TOTAL	14,8	10,8	8,4	17,2

(1) principalement provision pour perte de change et risques filiales.

Les engagements à prestations définies de JCDecaux SA vis-à-vis du personnel sont principalement constitués des indemnités conventionnelles de départs en retraite et des médailles du travail. Le régime d'indemnités de départs en retraite est partiellement financé par un fonds.

Les provisions sont calculées avec les hypothèses suivantes :

Au 31 décembre	2004
Taux d'actualisation	4,5 %
Taux de revalorisation de salaires	2 %
Rendement attendu des actifs des régimes	5 %
Durée résiduelle moyenne de présence	18 ans

Les engagements de retraite et autres avantages à long terme s'analysent de la façon suivante :

<i>En millions d'euros</i>	Régimes de retraite	Autres engagements	Total
Évolution de la dette actuarielle			
Ouverture	12,9	0,8	13,7
Coût normal	0,1	0,1	0,2
Intérêt sur la dette	0,1	0,1	0,1
Modifications de régimes	-	-	-
Profit ou perte actuariels	0,2	-	0,2
Prestations payées	-0,1	-0,1	-0,2
DETTE ACTUARIELLE À LA CLÔTURE	13,1	0,9	14,0
Évolution des actifs			
Ouverture	3,9	-	3,9
Rendement attendu des placements	0,2	-	0,2
Profit ou perte actuariels	-	-	-
Prestations payées	-	-	-
Contribution employeur	-	-	-
ACTIFS À LA CLÔTURE	4,1		4,1
Provision			
Couverture financière	9,1	0,8	9,9
Pertes ou gains actuariels non constatés	-0,2	-	-0,2
Coût des services passés non amortis	-3,0	-	-3,0
PROVISION DE CLÔTURE	5,9	0,8	6,7
Charge de retraite			
Coût normal	0,1	0,1	0,2
Intérêt sur la dette	0,1	0,1	0,2
Amortissement des pertes ou gains actuariels	-	-	-
Amortissements du coût des services passés	0,6	-	0,6
CHARGE DE L'EXERCICE	0,8	0,1	0,9

Le poste "Modifications de régime restant à amortir" correspond au surcoût généré par l'application de la loi Fillon et fait l'objet d'un amortissement sur la durée moyenne restant à courir jusqu'à ce que les droits correspondants soient acquis au personnel.

Le coût des services passés non amorti au 31 décembre 2004 s'élève à 3 millions d'euros.

Sur l'exercice, les mouvements nets sont les suivants :

<i>En millions d'euros</i>	2004
Au 1 ^{er} janvier 2004	6,0
Coût selon compte de résultat	0,9
Contribution employeur	-0,2
AU 31 DÉCEMBRE 2004	6,7

La décomposition des actifs est la suivante :

<i>En millions d'euros</i>	2004	
	Montant	%
Actions	0,5	13
Obligations	3,1	75
Immobilier	0,5	12
TOTAL	4,1	100

14. SITUATION FISCALE LATENTE

Allègement (+) et accroissement (-) de la dette future d'impôt

<i>En millions d'euros</i>	2004	2003
Déficit	44,4	65,7
Moins-value nette à long terme	19,9	22,4
Indemnités de fin de carrière	5,8	5,2
Autres provisions pour risques et charges	6,8	4,9
Provision sur créances	0,2	-
Participation des salariés	-	-
Contribution sociale de solidarité	0,4	0,5
Gain/perte latente de change	-1,7	0,1
Logiciels	-1,3	-2,2
Autres	-	2,0
TOTAL	74,5	98,6

15. RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

<i>En millions d'euros</i>	2004	2003
France	501,7	492,7
Export	47,9	58,3
TOTAL	549,6	551,0

<i>En millions d'euros</i>	France	Export
Prestations administratives et financières	25,4	5,6
Ventes espaces publicitaires	278,5	11,1
Ventes mobiliers urbains	47,1	28,2
Autres prestations	150,7	3,0
TOTAL	501,7	47,9

Le chiffre d'affaires comprend les ventes d'espaces publicitaires de l'activité Mobilier Urbain en France, les prestations de services rendues aux clients non publicitaires (collectivités locales), les ventes de mobiliers urbains aux filiales françaises et étrangères ainsi que les prestations techniques et administratives assurées pour l'ensemble des sociétés françaises du Groupe.

16. RÉSULTAT FINANCIER

Le résultat financier s'établit à 117,2 millions d'euros en 2004 contre 35 millions en 2003, soit une hausse de 82,2 millions d'euros.

Cette variation s'explique principalement par :

- l'augmentation de 69,6 millions d'euros des dividendes reçus en particulier des filiales françaises (135,6 millions d'euros contre 65,9 millions d'euros en 2003) ;
- la hausse des variations nettes de provision de 7 millions d'euros principalement liée à la reprise de provision sur titres suite à la dissolution par confusion de patrimoine de la société RCI.

17. PRODUITS ET CHARGES EXCEPTIONNELS

<i>En millions d'euros</i>	2004	2003
VNC des éléments d'actifs cédés	0,5	0,7
Médailles du travail	-	0,8
Cessions/apports de titres	8,2	178,3
ERP Oracle	-	0,5
Divers	0,8	0,9
Dotation amortissements dérogatoires	3,1	-
TOTAL DES CHARGES EXCEPTIONNELLES	12,6	181,2

<i>En millions d'euros</i>	2004	2003
Produits des éléments d'actifs cédés	0,1	0,9
Cessions/apports de titres	2,0	307,1
Divers	0,6	0,3
Reprise amortissements dérogatoires	0,8	0,4
TOTAL DES PRODUITS EXCEPTIONNELS	3,5	308,7

18. CHARGES À PAYER ET PRODUITS À RECEVOIR

<i>En millions d'euros</i>	2004	2003
CHARGES À PAYER		
Dettes financières		
- Autres emprunts obligataires	2,5	2,6
- Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit et des filiales de la société	-	0,2
- Emprunts dettes financières autres	-	-
Dettes exploitation		
- Dettes fourn. et comptes rattachés	38,2	34,0
- Dettes fiscales et sociales	23,7	22,1
Dettes diverses et autres éléments		
- Dettes sur immo. et comptes rattachés	0,8	1,1
- Autres dettes	6,1	23,6
- Instruments de trésorerie	-	0,1

<i>En millions d'euros</i>	2004	2003
PRODUITS À RECEVOIR		
Immobilisations financières		
- Créances rattachées à des participations	0,5	0,8
- Prêts	0,4	0,5
- Autres immobilisations financières	-	-
Créances d'exploitation		
- Créances clients et comptes rattachés	28,4	7,5
- Autres créances	5,6	7,0
Créances diverses		
- Dividendes à recevoir	-	-
- Instruments de trésorerie	1,7	1,7
Disponibilités	0,5	0,7

19. VENTILATION DE L'IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

<i>En millions d'euros</i>	Résultat avant impôts	Impôts	Résultat après impôts
Résultat courant	153,0	0,2	152,8
Résultat exceptionnel	-9,2	-	-9,2
Participation			
Résultat comptable	143,8	0,2	143,6

Une convention d'intégration fiscale, dont la société tête de groupe est JCDecaux SA, a pris effet au 1^{er} janvier 2002 et a été conclue avec les sociétés suivantes :

- JCDecaux Mobilier Urbain
- Avenir
- JCDecaux Airport France
- JCDecaux Publicité Lumineuse
- SEMUP
- DPE

Aux termes de cette convention et conformément aux textes en vigueur, chaque société intégrée établit son résultat fiscal et calcule l'impôt sur les sociétés comme en l'absence d'intégration fiscale. La charge d'impôt est enregistrée par la société intégrée, l'impôt sur les sociétés étant dû à la société intégrante qui procèdera à sa liquidation. En cas de déficit fiscal de la société intégrée, l'économie d'impôt est un gain immédiat pour la société intégrante.

Le boni dégagé au titre de l'intégration fiscale s'est élevé pour l'exercice 2004 à 1,6 million d'euros (montant comptabilisé en impôt sur les bénéficiaires).

En cas de sortie d'une des filiales du groupe fiscal, et quelle qu'en soit la cause, les parties se rapprocheront pour en examiner les conséquences.

20. ENGAGEMENTS HORS BILAN, AUTRES QUE LES INSTRUMENTS FINANCIERS

En millions d'euros	31/12/2004	31/12/2003
ENGAGEMENTS DONNÉS		
Garanties de marchés ⁽¹⁾	36,8	38,3
Autres garanties ⁽²⁾	34,2	52,3
Nantissements, hypothèques et sûretés réelles	-	-
Engagements sur titres ⁽³⁾	76,0	76,1
TOTAL	147,0	166,7
ENGAGEMENTS REÇUS		
Engagements sur titres ⁽⁴⁾	74,0	74,0
Ligne de crédit disponible	600,0	1 051,6
Abandons de créances (clause de retour à meilleure fortune)	12,2	12,2
TOTAL	686,2	1 137,8

- (1) Les garanties de marchés correspondent aux garanties émises par lesquelles la société garantit, directement ou en contre-garantie de banques ou de compagnies d'assurance, la bonne exécution des contrats de concession de filiales.
- (2) Le poste "Autres garanties" comprend les garanties émises pour le paiement de loyers, dettes financières, location de véhicules de certaines de ses filiales ou les contregaranties en faveur des banques dans le cadre de ligne de cautions accordées à certaines de ses filiales. À noter que le montant des garanties sur dettes financières (lignes de crédit et découverts bancaires) et sur lignes de cautions bancaires correspond au montant effectivement utilisé au 31 décembre 2004.
- (3) Les engagements donnés sur titres sont accordés, notamment dans le cadre des opérations de croissance externe.
- (4) Les engagements reçus sur titres comprennent un engagement d'un partenaire stratégique de ne pas céder sa participation actuelle dans l'une des filiales indirectes de la société JCDecaux SA avant le 1^{er} janvier 2009.

Les engagements donnés sur titres comprennent, au bénéfice de nos partenaires, un droit de vente pour un montant de 74 millions d'euros exerçable du 1^{er} janvier 2009 au 31 décembre 2009 et un engagement d'acheter, en 2006, des titres (1,77 %) pour un montant estimé à 2,0 millions d'euros.

Au 31 décembre 2004, les opérations contractées par la société sont les suivantes :

En millions d'euros	Actifs financiers et commerciaux	Passifs financiers et commerciaux	Actifs - Passifs	Hors bilan ⁽¹⁾	Positions conditionnelles	Différentiel
USD	82,0	220,8	-138,8	151,3	-	12,5
GBP	3,2	0,6	2,6	-	-	2,6
SGD	0,9	3,5	-2,6	3,5	-	0,9
SEK	0,4	-	0,4	-	-	0,4
AUD	0,1	-	0,1	-	-	0,1
NOK	8,0	-	8,0	-5,9	-	2,1
DKK	5,5	-	5,5	-4,6	-	0,9
JPY	-	-	-	-	-	-
HKD	0,3	2,4	-2,1	2,2	-	0,1
THB	0,6	-	0,6	-	-	0,6
CZK	9,4	-	9,4	-9,3	-	0,1
Autres devises	0,3	0,1	0,2	-	-	0,2
TOTAL	110,7	227,4	-116,7	137,2	-	20,5

- (1) Swaps d'émissions et swaps de change à court terme. Les swaps d'émission sont valorisés au taux de couverture au même titre que les passifs financiers correspondants. Les autres swaps sont valorisés au taux de clôture.

21. INSTRUMENTS FINANCIERS

La société n'utilise des produits dérivés qu'à des fins de couverture contre les risques de taux d'intérêts et de change.

21.1 Instruments financiers d'émission d'emprunts obligataires

En 2003, en émettant son placement privé aux États-Unis, JCDecaux SA a levé des ressources dont une part significative (250 millions de dollars) était libellée en dollars américains et à taux fixe. Le Groupe n'ayant pas généré de besoins de financement libellés en dollars américains d'un tel montant et privilégiant une indexation variable pour ses emprunts à moyen et long terme, JCDecaux SA a procédé, concomitamment à l'émission de son placement privé, à la mise en place de swaps d'émission :

- swap de taux : receveur de taux fixe et payeur de taux variable LIBOR, d'un montant de 100 millions de dollars américains et d'échéance avril 2010 ;
- swaps de taux combinés à des swaps de base : receveurs de taux fixe dollar américain et payeurs de taux variable EURIBOR, d'un montant total d'origine de 150 millions de dollars et après swap de 142 millions d'euros, d'échéances comprises entre avril 2013 et avril 2015.

La valeur de marché du portefeuille d'instruments financiers d'émission de JCDecaux SA au 31 décembre 2004 (coût théorique de déboucement) est de -31,9 millions d'euros.

21.2 Couverture du risque de change

L'exposition de la société au risque de change provient de l'activité avec ses filiales à l'étranger. Elle est principalement liée :

- aux opérations commerciales : achats de matériels ;
- aux opérations financières :
 - refinancement et recyclage de la trésorerie des filiales étrangères, couverts par des swaps de change à court terme (l'échéance la plus lointaine de ces contrats est le 31 mars 2005) ;

- emprunts libellés en dollars américains et convertis en euros, couverts par des swaps d'émissions de même maturité que ces emprunts (voir paragraphe ci-dessus).

La valeur de marché du portefeuille d'instruments financiers à court terme (swaps de change, hors swaps d'émission traités ci-dessus) au 31 décembre 2004 (coût théorique de déboucement) est de -3,1 millions d'euros.

21.3 Couverture du risque de taux d'intérêt

Le risque de taux d'intérêt de la société provient :

- de ses emprunts obligataires émis directement à taux variable ou bien à taux fixe mais transformé en taux variable dès l'émission de l'emprunt et ce, sur toute sa durée de vie ;
- de ses emprunts bancaires qui supportent un taux d'intérêt variable. Ainsi, les emprunts souscrits par la société sont principalement indexés aux taux monétaires. Afin de se protéger contre une hausse des taux EURIBOR, la société a mis en place des couvertures sous forme de swaps à taux fixe, d'achats de caps secs ou éventuellement financés par des ventes de caps ou de floors.

Au 31 décembre 2004, les positions contractées par la société sont les suivantes :

- caps achetés pour 95 millions d'euros, dont 60 millions d'euros sont à paliers ; ces caps ont une échéance comprise entre août 2005 et avril 2006 ; aucun de ces caps n'est actif au 31 décembre 2004 ;
- caps vendus pour 35 millions d'euros, d'échéance avril 2006 ; aucun de ces caps n'est actif au 31 décembre 2004 ;
- floors vendus pour 95 millions d'euros, dont les échéances sont comprises entre août 2005 et avril 2006, 60 millions d'euros sont dans la monnaie dans les conditions d'EURIBOR 3 mois du 31 décembre 2004 soit 2,155 %.

La valeur de marché de ces instruments financiers au 31 décembre 2004 (coût théorique de déboucement) est de -0,9 million d'euros.

22. RÉMUNÉRATION DES DIRIGEANTS

Le montant des jetons de présence versés aux membres du Conseil de Surveillance au titre de l'exercice 2004, s'élève à 134 500,00 euros.

Le montant des rémunérations versées aux membres du Directoire s'élève à 3 212 862,64 euros.

23. EFFECTIFS

La ventilation des effectifs moyens par catégorie est la suivante :

Catégorie	2004	2003
Cadres	362	355
Agents de maîtrise	675	597
Employés	1 473	1 657
TOTAL	2 510	2 609

24. OPÉRATIONS RÉALISÉES AVEC DES ENTREPRISES LIÉES

Postes du bilan	2004	2003
BILAN (en valeur brute)		
Immobilisations financières		
- Participations	2 144,2	2 149,9
- Créances sur participations	136,4	131,5
- Prêts	57,2	49,2
- Dépôts et cautionnements versés	0,5	0,5
Créances		
- Créances clients et comptes rattachés	84,9	55,8
- Autres créances	6,2	26,9
- Charges constatées d'avance	5,6	5,6
Disponibilités	ns	ns
Dettes		
- Emprunts et dettes financières diverses	216,4	209,0
- Dettes fournisseurs et comptes rattachés	31,9	29,9
- Autres dettes	2,3	3,7
- Dettes sur immos et comptes rattachés	0,4	-

Postes du compte de résultat	2004	2003
COMPTE DE RÉSULTAT		
Charges d'exploitation	232,7	214,7
Produits d'exploitation	247,1	259,3
Charges financières		
- Intérêts et charges assimilées	4,2	4,0
Produits financiers		
- Produits de participations	135,5	65,9
- Intérêts	6,9	5,3
Charges exceptionnelles		
- VNC immo. financières cédées	-	16,9
Produits exceptionnels		
- Produits cession immobilisations	2,0	107,4

En plus des sociétés susceptibles d'être consolidées par intégration globale, ont été considérées comme entreprises liées les sociétés consolidées par intégration proportionnelle dans les comptes du groupe JCDecaux.

25. TABLEAU DES FILIALES ET PARTICIPATIONS AU 31 DÉCEMBRE 2004

En milliers d'euros	Capital	Autres capitaux propres ⁽¹⁾	Quote-part du capital	Valeur d'inventaire des titres détenus en euros	
	en devises	en devises	en %	brute	nette
RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LES FILIALES ET PARTICIPATIONS DONT LA VALEUR D'INVENTAIRE EST SIGNIFICATIVE					
A - FILIALES EN FRANCE					
SOMUPI	762 EUR	122 EUR	66	1 135	1 135
SOPACT	229 EUR	2 322 EUR	50	1 042	1 042
JCDECAUX MOBILIER URBAIN	993 EUR	23 762 EUR	100	233 677	233 677
SEMUP	831 EUR	8 783 EUR	100	39 471	39 471
DPE	152 EUR	16 EUR	27,71	3 168	3 168
AVENIR	26 805 EUR	187 944 EUR	100	608 462	608 462
JCDECAUX PUBLICITE LUMINEUSE	778 EUR	2 017 EUR	100	30 390	27 500
JCDECAUX AIRPORT FRANCE	768 EUR	4 302 EUR	100	98 799	98 799
B - FILIALES ÉTRANGÈRES					
JCDECAUX FINLANDE Oy	432 EUR	32 660 EUR	89,99	58 671	58 671
JCDECAUX BELGIUM PUBLICITÉ SA	155 EUR	8 158 EUR	100	42 193	42 193
ACM SA	62 EUR	1 129 EUR	100	4 320	4 320
JCDECAUX LUXEMBOURG SA	1 048 EUR	236 EUR	100	1 539	1 539
JCDECAUX CENTRAL EASTERN EUROPE GmbH	35 EUR	103 243 EUR	100	199 763	199 763
AFFICHAGE HOLDING	33 750 CHF	169 022 CHF	30	134 414	134 414
JCDECAUX UK Ltd.	5 500 GBP	8 343 GBP	100	7 926	7 926
JCDECAUX DEUTSCHLAND GmbH	8 232 EUR	51 251 EUR	100	60 461	60 461
ACM GmbH	77 EUR	12 EUR	100	1 726	1 726
JCDECAUX MESTSKY MOBILIAR Spol Sro	120 00 CZK	-10 348 CZK	96,20	3 092	3 092
JCDECAUX SVERIGE AB	75 000 SEK	40 271 SEK	98,23	27 116	27 116
IP DECAUX Inc.	1 000 000 KRW	-1 267 405 KRW	50	385	385
JCDECAUX STREET FURNITURE Pty Ltd.	43 510 AUD	-22 510 AUD	100	26 500	26 500
PURBE Lda	60 EUR	12 EUR	100	37 847	37 847
MCDECAUX Inc.	910 000 JPY	-702 784 JPY	60	3 943	-
JCDECAUX PORTUGAL Lda	1 247 EUR	11 007 EUR	0,15	253	253
JCDECAUX DO BRASIL Ltda	5 367 BRL	-6 190 BRL	100	3 962	-
JCDECAUX NORGE AS	62 000 NOK	-21 NOK	75,38	12 021	11 049
JCDECAUX CHILE SA	122 236 CLP	-1 071 776 CLP	99,90	207	207
JCDECAUX SLOVAKIA Sro	7 300 SKK	693 SKK	100	184	184
V.K.M. BV	18 EUR	-3 500 EUR	50	9	9
AFA JCDECAUX A/S	7 200 DKK	28 150 DKK	50	2 209	2 209
JCDECAUX NEDERLAND BV (ex-Publex)	20 EUR	4 616 EUR	50	3 260	3 260
JCDECAUX SINGAPOUR Pte Ltd.	7 500 SGD	-10 766 SGD	100	4 495	-
JCDECAUX ARGENTINA SA	14 ARS	6 256 ARS	99,93	8 394	2 301
JCDECAUX PUBLICITÉ LUMINEUSE Lichtrek. NV	1 735 EUR	174 EUR	9,29	274	274
JCDECAUX ASIA SINGAPORE Pte Ltd.	5 510 SGD	13 171 SGD	100	23 384	23 384
JCDECAUX NORTH AMERICA Inc.	104 694 USD	936 USD	100	293 809	293 809
IGP DECAUX Spa	7 391 EUR	56 697 EUR	20,48	34 861	34 861
JCDECAUX SALVADOR SA	5 200 BRL	-25 278 BRL	99,98	2 330	2 330 ⁽²⁾
PLACA Lda	13 EUR	549 EUR	55	5 087	5 087
RED PORTUGUESA SA	383 EUR	-439 EUR	58,56	10 208	10 208
JCDECAUX ESPANA SL	29 051 EUR	83 522 EUR	100	111 656	111 656
JCDECAUX PEARL & DEAN MEDIA Sdn (non consolidé)	-MAL	1 181 MAL	100	827	827
UDC-JCDECAUX Airport (non consolidé)	12 600 MXN	-12 400 MXN	100	596	-
JCDECAUX MACAU (non consolidé)	1 000 MOP	NC	80	114	114
MCDECAUX TAIWAN (non consolidé)	1 000 TWD	NC	99,99	33	33

(1) Capitaux propres hors capital social et résultat net de l'exercice.

(2) Une provision pour implantation à l'étranger couvre en totalité la valeur des titres de participation.

Prêts et avances consentis par la société et non remboursés	Montant des cautions et avals fournis par la société en euros	Chiffre d'affaires H.T. de l'exercice 2004 en euros	Bénéfice net (ou perte) de l'exercice 2004 en euros	Dividendes encaissés par la société au cours de l'exercice en euros
----------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------

-	-	18 674	3 641	2 442
-	-	13 883	899	375
-	-	213 917	55 657	50 499
-	-	31 412	5 656	19 206
2 700	-	9 865	412	51
-	-	181 717	-19 976	16 704
-	-	7 751	657	1 490
5 500	3 971	37 557	4 397	1 446
-	-	23 945	5 024	3 425
5 500	-	31 876	1 790	270
-	-	-	1 090	1 550
-	-	1 710	406	205
-	-	-	3 754	-
-	-	-	11 666	-
1 135	-	189 962	18 949	14 502
3 500	-	47 986	11 931	8 340
-	-	11 557	5 082	4 670
9 257	-	4 848	1 090	-
-	-	31 264	1 205	-
-	2 908	2 249	-240	-
-	-	-	-	-
-	-	-	3 272	2 667
-	1 547	2 583	-867	-
9 250	-	38 779	6 498	137
323	-	522	-157	-
7 770	6 328	14 807	-376	-
-	6 161	3 958	-424	-
232	-	1 682	674	1 621
-	-	-	3 550	2 848
4 571	6 142	13 401	327	-
-	-	35 616	5 494	2 788
-	819	3 377	-571	-
-	-	932	46	-
-	-	1 273	175	18
-	16	-	2 271	-
64 312	1 063	621	227	-
-	-	132 025	1 943	-
8 139	104	1 732	138	-
-	-	-	415	297
-	-	10 723	719	-
13 651	-	32 549	7 190	-
-	85	1 398	119	-
88	-	1 324	-116	-
-	557	-	-	-
-	-	-	-	-

26. RESULTATS FINANCIERS DE LA SOCIETE AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

Nature des indications	2000 ⁽¹⁾
I - CAPITAL EN FIN D'EXERCICE	
a) Capital social (en euros)	2 685 961
b) Nombre d'actions ordinaires	176 187 464
c) Nombre maximum d'actions futures à créer (options de souscription)	-
II - OPÉRATIONS ET RÉSULTATS DE L'EXERCICE (en euros)	
a) Chiffre d'affaires hors taxes	80 838 546
b) Résultat avant impôts et charges calculées (amortissements et provisions)	123 072 510
c) Impôts sur les bénéfices	-
d) Participation des salariés	-
e) Résultat après impôts et charges calculées (amortissements et provisions)	104 811 683
f) Résultat distribué	-
III - RÉSULTAT PAR ACTION (en euros)	
a) Résultat après impôts mais avant charges calculées (amortissement et provisions)	0,70
b) Résultat après impôts et charges calculées (amortissements et provisions)	0,59
c) Dividende net attribué à chaque action	-
IV - PERSONNEL	
a) Effectif moyen des salariés employés pendant l'exercice	9
b) Montant de la masse salariale de l'exercice (en euros)	2 594 782
c) Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux de l'exercice (Sécurité sociale, œuvres sociales, etc.) (en euros)	575 803

(1) Les données indiquées pour l'année 2000 sont les données de la société JCDecaux SA, des données comparables à 2001 (effet des fusions) n'étant pas disponibles.

(2) Sous réserve de l'approbation par l'assemblée générale des actionnaires de la proposition d'affectation du résultat 2004.

2001	2002	2003	2004
3 378 284	3 378 284	3 378 284	3 384 274
221 600 760	221 600 760	221 600 760	221 993 669
4 103 704	4 191 800	4 401 346	4 687 148
630 311 692	577 865 331	551 028 006	549 606 687
77 196 352	80 973 816	244 911 913	177 558 052
10 901 232	-7 548 673	-493 718	192 997
-	347 036	29 043	22 145
17 208 957	54 559 112	215 836 942	143 639 313
-	-	-	- (2)
0,30	0,40	1,11	0,80
0,08	0,25	0,97	0,65
-	-	-	- (2)
2 912	2 726	2 609	2 510
79 059 056	85 335 562	84 417 060	83 650 042
29 648 524	32 273 264	31 581 498	33 416 275

INFORMATIONS JURIDIQUES

Gouvernement d'entreprise et contrôle interne	112
Composition du Directoire et du Conseil de Surveillance	112
Pouvoirs et fonctionnement du Directoire et du Conseil de Surveillance	113
Mandats des mandataires sociaux	118
Intérêts des mandataires sociaux	121
Schémas d'intéressement et de participation du personnel	123
Contrôle interne	123
Actionnariat et Bourse	127
Répartition du capital	127
Principaux actionnaires	127
Le marché des titres JCDecaux en 2004	128
Évolution du cours de Bourse et des volumes de transactions	128
Information des actionnaires	130
Capital	131
Généralités	131
Options de souscription d'actions	134
Personnes morales détenant le contrôle de la Société	136
Nantissements, garanties et sûretés	136
Dividendes	136
Autres informations juridiques	137
Généralités	137
Historique	137
Statuts	137
Facteurs de risques	138
Principales filiales et sociétés affiliées	143
Relation avec JCDecaux Holding	144
Organigramme mondial simplifié	146

GOVERNEMENT D'ENTREPRISE ET CONTRÔLE INTERNE

La Société est organisée sous forme de Société Anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance.

1. COMPOSITION DU DIRECTOIRE ET DU CONSEIL DE SURVEILLANCE

1.1 Directoire

Le Directoire est statutairement composé de 2 membres au moins et de 7 membres au plus qui sont nommés par le Conseil de Surveillance, pour une durée de trois ans.

Les membres du Directoire sont obligatoirement des personnes physiques qui peuvent être choisies en dehors des actionnaires. Les membres sortants sont rééligibles. Ils peuvent être révoqués à tout moment par l'Assemblée Générale des actionnaires ou par le Conseil de Surveillance. Le Conseil de Surveillance nomme un Président parmi les membres du Directoire, dont il fixe la durée des fonctions.

Nul ne peut être nommé membre du Directoire s'il est âgé de plus de 70 ans. Tout membre du Directoire en fonction venant à dépasser cet âge est réputé démissionnaire d'office à l'issue de la réunion du Conseil de Surveillance suivant la date à laquelle il atteint cet âge, sauf accord du Conseil de Surveillance pour mener son mandat à terme.

Le Directoire est actuellement composé de 5 membres :

Nom	Âge	Fonction	Date de 1 ^{re} nomination
Jean-Charles Decaux	35 ans	Président du Directoire	9 octobre 2000
Jean-François Decaux	46 ans	Directeur Général	9 octobre 2000
Robert Caudron	56 ans	Membre du Directoire	9 octobre 2000
Gérard Degonse	57 ans	Membre du Directoire	9 octobre 2000
Jeremy Male	47 ans	Membre du Directoire	9 octobre 2000

Les fonctions des membres du Directoire prendront fin à l'issue de l'Assemblée Générale qui se tiendra en 2006 aux fins de statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2005.

MM. Jean-François Decaux et Jean-Charles Decaux disposent des mêmes pouvoirs de représentation de la Société vis-à-vis des tiers et utilisent le titre de co-Directeur Général du Groupe à des fins commerciales et de relations publiques.

1.2 Conseil de Surveillance

Le Conseil de Surveillance est statutairement composé de 3 membres au moins et de 18 au plus, qui sont nommés par l'Assemblée Générale des actionnaires pour une durée maximale de 6 ans. Les membres du Conseil de Surveillance sortants sont rééligibles. Ils peuvent être révoqués à tout moment par l'Assemblée Générale des actionnaires.

Le Conseil de Surveillance élit parmi ses membres un Président et un Vice-Président, qui sont obligatoirement des personnes physi-

ques. Ils sont nommés pour la durée de leur mandat au Conseil de Surveillance. Ils sont toujours rééligibles.

Le nombre de membres du Conseil de Surveillance ayant dépassé l'âge de 75 ans ne peut être supérieur au tiers des membres en fonction. Lorsque cette limite est dépassée, le membre le plus âgé est réputé démissionnaire d'office. En outre, à partir de l'âge de 75 ans, la durée du mandat est annuelle.

Le Conseil de Surveillance est actuellement composé de 6 membres nommés pour une durée de trois ans :

Nom	Âge	Fonction	Date de 1 ^{re} nomination
Jean-Claude Decaux	67 ans	Président du Conseil de Surveillance	9 octobre 2000
Jean-Pierre Decaux	61 ans	Vice-Président du Conseil de Surveillance	9 octobre 2000
Christian Blanc	62 ans	Membre du Conseil de Surveillance	9 octobre 2000
Pierre-Alain Pariente	69 ans	Membre du Conseil de Surveillance	9 octobre 2000
Lothar Späth	68 ans	Membre du Conseil de Surveillance	14 mai 2003
Xavier de Sarrau	54 ans	Membre du Conseil de Surveillance	14 mai 2003

Les mandats des membres du Conseil de Surveillance prendront fin à l'issue de l'Assemblée Générale qui se tiendra en 2006 aux fins de statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2005.

Aux termes du Règlement Intérieur du Conseil de Surveillance dont la Société s'est dotée le 3 juillet 2003, un membre du Conseil est réputé indépendant s'il répond aux conditions suivantes :

- ne pas être et ne pas avoir été au cours des cinq années précédentes, salarié ou dirigeant de la Société, salarié ou mandataire social, dirigeant ou non dirigeant, de sa société mère ou d'une société qu'elle consolide ;
- ne pas être mandataire social, dirigeant ou non dirigeant, d'une société dans laquelle la Société détient directement ou indirectement un mandat d'administrateur/de membre du Conseil de Surveillance ou dans laquelle un salarié désigné en tant que tel ou un mandataire social, dirigeant ou non dirigeant, de la Société (actuel ou l'ayant été depuis moins de cinq ans) détient un mandat d'administrateur/de membre du Conseil de Surveillance ;
- ne pas être client, fournisseur, banquier d'affaires, banquier de financement, significatif de la Société ou de son Groupe ou pour lequel la Société ou son Groupe représente une part significative de l'activité ;
- ne pas avoir un lien familial proche avec un mandataire social dirigeant de la Société ;
- ne pas avoir été auditeur de la Société au cours des cinq années précédentes ;
- ne pas être membre du Conseil/administrateur de la Société depuis plus de douze ans.

Le Règlement Intérieur prévoit que le Conseil doit, en vue d'assurer l'objectivité nécessaire à l'accomplissement de ses missions, être composé, à toute époque de l'année, d'au moins un tiers de membres indépendants.

Lors de sa séance du 15 mars 2005, le Conseil a constaté, sur la base des conclusions du Comité des Rémunérations et des Nominations, que la moitié des membres du Conseil répond aux conditions ainsi fixées par le Règlement Intérieur : M. Christian Blanc, M. Lothar Späth et M. Xavier de Sarrau.

Aux termes des statuts de la Société (article 17), chaque membre du Conseil doit être propriétaire d'au moins 2 actions pendant toute la durée de son mandat. L'obligation de possession de titres prévue par les statuts ne s'applique pas aux actionnaires salariés qui pourraient être nommés membres du Conseil de Surveillance.

2. POUVOIRS ET FONCTIONNEMENT DU DIRECTOIRE ET DU CONSEIL DE SURVEILLANCE

2.1 Directoire

Pouvoirs du Directoire

Le Directoire est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir en toutes circonstances au nom de la Société. Il les exerce dans la

limite de l'objet social et sous réserve des pouvoirs expressément attribués aux assemblées d'actionnaires et au Conseil de Surveillance.

En pratique, il définit les orientations stratégiques de la Société, les met en œuvre et en contrôle la bonne exécution. Il s'appuie, dans ce cadre, sur un manuel de contrôle interne, un système de délégations et une Charte Éthique qui sont décrits en pages 124 et 125. Il suit l'évolution des résultats du Groupe selon le processus de production de l'information financière et comptable exposé en page 125.

Fonctionnement du Directoire

Le Directoire se réunit aussi souvent que l'exige l'intérêt de la Société, au siège social ou en tout autre endroit indiqué dans la convocation. Les membres du Directoire sont convoqués par le Président ou, en cas d'empêchement, par la moitié au moins de ses membres, par tous moyens et même verbalement.

Les réunions du Directoire sont présidées par le Président ou, en son absence, par le Vice-Président ou, à défaut, par un membre choisi par le Directoire en début de séance.

Si le Directoire comprend deux membres, ces deux membres doivent être présents pour la validité des délibérations ; les décisions sont alors prises à l'unanimité. S'il comprend plus de deux membres, la présence de la moitié au moins des membres est nécessaire pour la validité des délibérations ; les décisions sont alors prises à la majorité des voix des membres présents ou représentés. En cas de partage des voix, celle du Président de séance est prépondérante.

En pratique, le Directoire se réunit généralement tous les mois, pendant une journée complète, et organise chaque semaine une conférence téléphonique pour faire le point sur les affaires courantes. Le Directoire s'est ainsi réuni 11 fois en 2004, l'une de ces séances s'étant tenue par téléphone. Le taux de participation à ces réunions a été de 100 %.

Les travaux du Directoire sont, de manière générale, organisés en trois parties :

- examen et discussion sur la situation des affaires de la Société : niveau de l'activité commerciale, perspectives pour l'année et évolution des résultats ;
- présentation et analyse des opérations de développement interne, nouveaux appels d'offres et projets d'acquisitions. Dans ce cadre, le Directoire fixe les objectifs, alloue les ressources et examine les risques liés à ces opérations ;
- examen de sujets :
 - soit ponctuels tels que les nouveaux produits, l'état d'avancement du passage aux normes IFRS, le gouvernement d'entreprise, la Charte Éthique ;
 - soit récurrents tels que la présentation des conclusions des missions d'audit, le plan informatique, les conditions de rémunérations (bonus, stock-options) des cadres dirigeants du Groupe, l'arrêté des comptes semestriels et annuels, le résultat des revues des Commissaires aux Comptes, le financement du Groupe.

En fonction de la nature des sujets traités à l'ordre du jour, des collaborateurs ou des tiers sont invités à participer aux séances du Directoire.

Il est dressé, pour chaque réunion du Directoire, un procès-verbal.

Il n'existe pas de règlement intérieur du Directoire.

La communication financière avec le marché est exclusivement exercée sous le contrôle du Directoire. En pratique, celle-ci est assurée par M. Jean-François Decaux et M. Jean-Charles Decaux, co-Directeurs Généraux du Groupe, M. Gérard Degonse, Directeur Général Finance, et M. Alexandre Hamain, Responsable de la Communication Financière et des Relations avec les Investisseurs.

2.2 Conseil de Surveillance

Pouvoirs du Conseil de Surveillance

Le Conseil de Surveillance exerce le contrôle permanent de la gestion de la Société par le Directoire. À toute époque de l'année, il opère les vérifications et contrôles qu'il juge opportuns et se fait communiquer les documents qu'il estime utiles pour l'accomplissement de sa mission. Une fois par trimestre au moins, le Directoire présente un rapport au Conseil de Surveillance sur la marche des affaires sociales. Après la clôture de chaque exercice et dans un délai de trois mois à compter de cette clôture, le Directoire présente au Conseil de Surveillance, aux fins de vérification et de contrôle, les comptes de l'exercice écoulé. Le Conseil de Surveillance présente à l'Assemblée Générale annuelle des actionnaires ses observations sur le rapport du Directoire ainsi que sur les comptes de l'exercice.

Fonctionnement du Conseil de Surveillance

Le Conseil de Surveillance se réunit aussi souvent que l'exige l'intérêt de la Société et au moins une fois par trimestre pour entendre le rapport du Directoire, au siège social ou en tout autre endroit indiqué dans la convocation.

Les réunions du Conseil de Surveillance sont présidées par le Président ou, en son absence, par le Vice-Président ou, à défaut, par tout membre désigné par le Conseil de Surveillance en début de séance. La présence effective de la moitié au moins des membres du Conseil est nécessaire pour la validité des délibérations. Les décisions sont prises à la majorité des voix des membres présents ou représentés. En cas de partage des voix, celle du Président de séance est prépondérante.

Le Conseil de Surveillance est assisté, dans ses travaux, de deux Comités : le Comité d'Audit et le Comité des Rémunérations et des Nominations.

Conformément à sa pratique, le Conseil de Surveillance s'est réuni à cinq reprises au cours de l'exercice 2004, en mars, mai, juillet, septembre et décembre. Trois séances ont mis en présence l'ensemble des membres du Conseil. Deux séances ont réuni cinq membres, M. Jean-Claude Decaux et M. Christian Blanc ayant été absents, chacun, à une séance du Conseil.

Lors de chaque séance du Conseil :

- le Président du Directoire et le Directeur Général rendent systématiquement compte :
 - de l'activité du Groupe,
 - des projets d'appels d'offres et des opérations de croissance externe et, d'une façon plus large, de la mise en œuvre de la stratégie du Groupe ou de ses inflexions éventuelles ;
- les Présidents du Comité d'Audit et du Comité des Rémunérations et des Nominations rendent compte, le cas échéant, de leurs travaux au Conseil suivant ;
- différents sujets sont abordés parmi lesquels :
 - des sujets récurrents tels que les comptes annuels et semestriels lors des Conseils des mois de mars et septembre, la rémunération des dirigeants, l'autorisation de conventions dites réglementées, de cautions et garanties ;
 - d'autres thèmes plus ponctuels sont périodiquement traités. Ainsi, entre autres thèmes abordés au cours de l'exercice 2004, ont figuré la Charte Éthique du Groupe, la politique salariale en France, les augmentations de capital liées aux levées d'options de souscription, la situation locative au sein du Groupe.

Le Conseil de Surveillance du 15 mars 2005 a également revu et approuvé le contenu du rapport du Président sur le fonctionnement du Conseil et le contrôle interne ; ce rapport a été préparé avec l'appui du Département de l'Audit interne et de la Direction Juridique sur la base des travaux réalisés en 2004 dans le cadre de la poursuite du déploiement du contrôle interne au sein du Groupe. Les informations recueillies ont donné lieu à des échanges avec le Comité d'Audit, les Commissaires aux Comptes et les membres du Directoire.

Au cours de l'exercice écoulé, le Conseil de Surveillance a autorisé, suivant la procédure de l'article L.225.86 du Code de commerce, les conventions réglementées suivantes :

- acquisition, par la Société, de marques, modèles et brevets appartenant à M. Jean-Claude Decaux, Président du Conseil de Surveillance, pour un montant de 86 426,31 euros correspondant aux stricts coûts de dépôt et de maintien de ces droits de propriété industrielle ;
- attribution par la Société à M. Robert Caudron, membre du Directoire et Directeur Général Opérations, d'une indemnité conventionnelle en cas de rupture de son contrat de travail du fait de la Société ;
- cession par MM. Jean-Charles Decaux, Jean-François Decaux et Jean-Sébastien Decaux, de leurs titres de propriété sur les brevets "Affichage Gigogne" utilisés par l'ensemble des sociétés du Groupe, pour un prix équivalent au remboursement des frais engagés pour la maintenance de ces titres, représentant un montant global de 16 423,93 euros ;
- acquisition par JCDecaux Deutschland, filiale à 100 % de la Société, des 150 000 titres détenus par SIMU, filiale de JCDecaux Holding, dans la société Georg Zacharias GmbH, à la valeur nette comptable soit un montant d'environ 4,2 millions d'euros. À ce jour, cette autorisation n'a pas été mise en œuvre ;

- apport par la Société de ses participations dans les sociétés slovaque et tchèque, JCDecaux Slovakia sro et JCDecaux Mestsky Mobiliar Spol sro, à la société autrichienne Aussenwerbung Tschechien-Slowakei Beteiligungs GmbH. En rémunération de ses apports, la Société recevra de la Société Gewista 55 % du capital de Aussenwerbung Tschechien-Slowakei Beteiligungs GmbH. Á ce jour, cette autorisation n'a pas été mise en œuvre ;
- abandon de créances pour la Société JCDecaux Do Brasil, à hauteur de 1 200 000 BRL soit environ 336 000 euros, assorti d'une clause de retour à meilleure fortune. Cet abandon de créances n'a, en définitive, pas été consenti.

Le Conseil de Surveillance n'a approuvé aucune convention relevant de l'article L.225.86 du Code de commerce depuis la clôture de l'exercice.

Règlement Intérieur du Conseil de Surveillance

Un Règlement Intérieur du Conseil a été adopté le 3 juillet 2003. Il comporte, outre des stipulations relatives à l'indépendance des membres du Conseil, les principales autres stipulations suivantes :

- l'utilisation des moyens de visioconférence est autorisée sous réserve qu'ils permettent la transmission de la parole et de l'image animée des membres en temps réel et continu, que chacun des membres puisse être vu par tous et puisse prendre connaissance de l'ensemble des documents présentés en séance. Il n'a pas été fait usage de cette possibilité au cours de l'exercice écoulé ;
- la répartition entre les membres du Conseil du montant global des jetons de présence fixé par l'Assemblée Générale. Le montant des jetons de présence qui s'élève à 164 645 euros depuis 2003 est réparti ainsi par le Règlement Intérieur :
 - une partie fixe globale de 61 000 euros est répartie de manière égale entre les membres du Conseil. Cette partie fixe est payable au titre de chaque trimestre, à la condition que le Conseil se soit réuni au moins une fois au cours du trimestre en question ;
 - une partie variable (3 000 euros par membre et par séance) est payée en fonction de la présence effective des membres aux séances du Conseil.

Exception faite de la séance du Conseil tenue en mai, visant à assurer l'alternance des fonctions de Président, et qui ne donne pas lieu à paiement de la partie variable des jetons de présence, toute séance supplémentaire du Conseil, au-delà des séances des mois de mars, juillet, septembre et décembre, donne lieu à paiement d'une partie variable de 2 000 euros par membre présent.

Les montants alloués à titre de partie fixe sont réglés prorata temporis quand les mandats commencent ou prennent fin en cours d'exercice.

Le Règlement Intérieur prévoit également que les membres du Conseil perçoivent des jetons de présence en raison de leur appartenance aux Comités. Sur le montant global des jetons de présence fixé par l'Assemblée Générale, le Règlement Intérieur alloue une somme de 23 000 euros aux Comités, répartie comme suit :

Comité d'Audit	
Président	8 000 €
Membre	6 000 €
Comité des Rémunérations et des Nominations	
Président	5 000 €
Membre	4 000 €

Les jetons de présence sont payés aux membres du Conseil et des Comités trimestriellement, à trimestre échu.

Le montant global versé aux membres du Conseil de Surveillance, y compris au titre de leurs missions au sein des Comités, à l'exclusion cependant des remboursements de frais justifiés, ne peut excéder le montant autorisé par l'Assemblée Générale des actionnaires, soit 164 645 euros.

M. Jean-Claude Decaux a renoncé à percevoir des jetons de présence au titre de ses fonctions de membre du Conseil de Surveillance et de Président du Comité des Rémunérations et des Nominations.

Une résolution portant sur l'augmentation du montant global des jetons de présence à compter de l'exercice 2005 sera soumise à l'Assemblée Générale du 11 mai 2005.

- Le Règlement fixe les droits et obligations des membres du Conseil parmi lesquels :
 - chaque membre peut bénéficier d'une formation complémentaire sur les spécificités de la Société, ses métiers et son secteur d'activité ;
 - dans le cadre de leur droit à une information préalable et permanente, les membres ont le droit de recevoir toutes les informations nécessaires à l'accomplissement de leurs missions, y compris critiques, et de se faire communiquer toutes les informations qu'ils estiment utiles. En pratique, les membres reçoivent, au moins une semaine avant la tenue d'un Conseil, les documents, le cas échéant traduits, liés aux points figurant à l'ordre du jour de la réunion en question et qui leur permettront de délibérer ;
 - ils sont tenus de déclarer les opérations qu'ils réalisent sur les titres de la Société dans le respect des règles applicables et doivent s'abstenir de réaliser, conformément aux exigences légales, de telles opérations pendant certaines périodes. En pratique, les membres du Conseil reçoivent un calendrier identifiant les périodes d'interdiction d'opérations sur titres compte tenu des dates de communication financière.
- Le Conseil doit consacrer un point de l'ordre du jour d'une de ses séances à l'évaluation de son fonctionnement au regard, notamment, des points suivants :
 - l'adéquation, à l'exercice de ses missions, de la fréquence et

de la durée de ses réunions ainsi que de l'information dont lui-même et chacun de ses membres disposent pour délibérer utilement ;

- la qualité des travaux préparatoires des Comités et leur composition qui doit être de nature à garantir l'objectivité de l'instruction des affaires qu'ils examinent ;
- l'opportunité de réserver au Conseil de Surveillance certaines catégories de décisions ;
- sur proposition du Comité des Rémunérations et des Nominations, l'indépendance des membres du Conseil de Surveillance.

Cette évaluation a eu lieu, pour l'exercice 2004, lors de la séance du Conseil du 15 mars 2005 et a été effectuée sur la base des réponses des membres du Conseil à un questionnaire qui leur a été adressé sous la responsabilité du Comité des Rémunérations et des Nominations et portant sur le fonctionnement du Conseil au cours de l'exercice en question.

Il a ainsi été demandé aux membres de faire part de leur degré de satisfaction et de leurs commentaires éventuels sur les points suivants :

- fonctionnement général et composition, tant en termes d'indépendance que de compétence des membres, du Conseil de Surveillance ;
- définition des missions du Conseil, adéquation de la fréquence des réunions à la mission de contrôle permanent de la gestion du Directoire, réalisation de toutes les vérifications et contrôles opportuns ;
- déroulement des réunions du Conseil de Surveillance : délai d'envoi des convocations, mise à disposition et formalisation d'informations nécessaires à la prise de décisions ; clarté de la définition de l'ordre du jour ; pertinence des sujets abordés ; déroulement général des réunions en termes de débats, de prise de parole et de délibération, exactitude de la retranscription des débats et des décisions dans les procès-verbaux ;
- processus d'arrêtés des comptes et d'autorisation des conventions réglementées : mise à disposition, dans des délais suffisants, des informations nécessaires à la prise de décisions ; qualité des explications données et des débats qui ont eu lieu en matière d'examen des comptes ; intervention du Comité d'Audit dans le processus d'arrêtés des comptes ;
- s'agissant du Comité d'Audit et du Comité des Rémunérations et des Nominations : définition des missions, composition, fréquence des réunions, moyens mis à leur disposition et délais de mise à disposition, qualité des informations communiquées.

Les membres ont fait part de leur pleine satisfaction sur ces points : le Comité a ainsi conclu que le Conseil de Surveillance a correctement fonctionné au cours de l'exercice 2004.

Dans le cadre d'une recherche constante d'amélioration de ce fonctionnement, le Règlement Intérieur du Conseil de Surveillance est régulièrement revu et, le cas échéant, adapté pour tenir compte tant des évolutions réglementaires que des évolutions en matière de gouvernement d'entreprise ainsi que des souhaits des membres

eux-mêmes. Ainsi et notamment, en 2004, à la demande de certains membres du Conseil de Surveillance, le Règlement Intérieur a été modifié de manière à prévoir que toutes les opérations significatives de croissance externe se situant hors de la stratégie annoncée de la Société soient soumises à l'approbation préalable du Conseil de Surveillance.

2.3 Comités du Conseil de Surveillance

Le Comité d'Audit et le Comité des Rémunérations et des Nominations disposent chacun d'un Règlement Intérieur, annexé au Règlement du Conseil de Surveillance, qui comporte des dispositions relatives à leur composition, à leurs missions et à leurs modalités de fonctionnement.

Il est rédigé un procès-verbal de chaque séance des Comités. Ces procès-verbaux sont consignés dans des registres.

Le Comité d'Audit

Composition du Comité

Le Comité d'Audit est composé de deux membres au moins et de trois membres au plus, désignés en majorité parmi les membres indépendants du Conseil de Surveillance. Compte tenu du nombre réduit de membres du Conseil de Surveillance, il n'a pas paru opportun de suivre les préconisations du rapport Bouton qui prévoit qu'un tel Comité doit être composé de trois à cinq membres.

Le Comité d'Audit est actuellement composé de deux membres : M. Xavier de Sarrau, Président, et M. Christian Blanc, tous deux membres indépendants du Conseil de Surveillance.

Missions du Comité

Elles sont principalement les suivantes :

- examiner les méthodes et principes comptables retenus ou faire toute proposition concernant le changement de telles méthodes et principes et s'assurer de leur permanence ou du bien-fondé des éventuels changements proposés ;
- examiner les variations de périmètres de consolidation ;
- examiner les projets d'arrêtés de comptes sociaux et consolidés annuels et semestriels ;
- assurer la surveillance du contrôle externe et du contrôle interne de la Société ;
- prendre connaissance des dossiers contentieux en cours et demander toute explication y afférente ;
- mener la procédure de sélection des Commissaires aux Comptes et, de manière générale, veiller au respect des règles garantissant l'indépendance de ces derniers.

Fonctionnement du Comité

Le Comité d'Audit peut valablement délibérer soit par réunion, soit par téléphone ou visioconférence, sur convocation de son Président ou de son Secrétaire, à condition que la moitié au moins des membres participent à ses travaux. Les convocations doivent comporter un ordre du jour et peuvent être transmises verbalement ou par tout autre moyen.

En pratique, un calendrier des réunions est arrêté en fin d'exercice

pour l'année suivante. Par ailleurs, les convocations sont systématiquement envoyées par écrit au moins une semaine avant la réunion et accompagnées des documents préparatoires nécessaires.

Le Comité d'Audit prend ses décisions à la moitié des membres présents.

Le Comité d'Audit se réunit autant que de besoin et, en tout état de cause, au moins deux fois par an, en mars et en septembre, à l'occasion de la préparation des comptes annuels et des comptes semestriels.

Au total, le Comité d'Audit s'est réuni 4 fois au cours de l'exercice écoulé, en mars, juillet, septembre et décembre. M. de Sarrau, Président du Comité, a assisté à ces quatre réunions ; M. Christian Blanc, membre, a assisté à trois d'entre elles.

Au cours de ses séances, le Comité a notamment examiné les thèmes suivants :

- en mars, les comptes annuels 2003 ainsi que l'indépendance des Commissaires aux Comptes au regard des honoraires qui leur ont été versés au cours de ce même exercice ; le Comité n'a, sur ce dernier point, pas relevé d'élément susceptible de porter atteinte à l'indépendance des Commissaires aux Comptes ;
- en septembre, les comptes semestriels au 30 juin 2004 ainsi que le plan d'intervention des Commissaires aux Comptes sur 2004 ;
- en décembre, les dossiers contentieux, le plan d'audit interne pour 2005 ainsi que les évolutions relatives au contenu du rapport du Président sur le fonctionnement du Conseil et le contrôle interne.

Par ailleurs, le Comité a été régulièrement informé de l'état d'avancement des travaux sur le passage aux normes IFRS.

Les membres du Comité ont également rencontré les Commissaires aux Comptes, les dirigeants de la Société ainsi que le Directeur de l'Audit interne auxquels ils ont un droit d'accès direct.

Le Comité des Rémunérations et des Nominations

Composition du Comité

Le Comité des Rémunérations et des Nominations est composé de deux membres au moins et de trois membres au plus, dont la moitié au moins doivent être des membres indépendants du Conseil de Surveillance. Compte tenu du nombre réduit de membres du Conseil de Surveillance, il n'a pas paru opportun de suivre les préconisations du rapport Bouton qui prévoit qu'un tel Comité doit être composé de trois à cinq membres.

Le Comité est actuellement composé de deux membres : M. Jean-Claude Decaux, Président, et M. Christian Blanc, celui-ci étant un membre indépendant du Conseil de Surveillance.

Missions du Comité

Elles sont principalement les suivantes :

- en matière de rémunérations, formuler des recommandations au Conseil de Surveillance, concernant, notamment :

- les montants et les critères d'attribution des jetons de présence attribués aux différents membres du Conseil ;
- les rémunérations de toute nature des membres du Directoire ;
- la politique générale d'attribution des options.

Le Comité doit, ainsi, s'assurer que la rémunération des membres du Directoire est justifiée et justifiable au regard de critères pertinents tels les pratiques de la concurrence dans le secteur concerné ou encore la taille et la complexité de l'entreprise, et prendre également en compte les responsabilités et risques assumés par les membres du Directoire.

Le Comité doit procéder à la définition des règles de fixation de la part variable de cette rémunération en veillant à la cohérence de ces règles avec l'évaluation faite annuellement des performances des membres du Directoire et avec la stratégie à moyen terme de la Société. Le Comité doit contrôler l'application annuelle de ces règles.

- en matière de nominations, formuler des recommandations au Conseil de Surveillance concernant :
 - la nomination des membres du Directoire ;
 - la composition du Conseil de Surveillance, notamment au vu de la composition et de l'évolution de l'actionnariat de la Société et de l'existence de conflits d'intérêts potentiels.

Fonctionnement du Comité

Le Comité des Rémunérations et des Nominations peut valablement délibérer soit par réunion, soit par téléphone ou visioconférence, sur convocation de son Président ou de son Secrétaire, à condition que la moitié au moins des membres participent à ses travaux. Les convocations doivent comporter un ordre du jour et peuvent être transmises verbalement ou par tout autre moyen.

En pratique, un calendrier des réunions est arrêté en fin d'exercice pour l'année suivante. Par ailleurs, les convocations sont systématiquement envoyées par écrit au moins une semaine avant la réunion et accompagnées des documents préparatoires nécessaires.

Le Comité des Rémunérations et des Nominations prend ses décisions à la moitié des membres présents.

Le Comité des Rémunérations et des Nominations se réunit autant que de besoin et, en tout état de cause, au moins une fois par an.

Au total, le Comité des Rémunérations et des Nominations s'est réuni deux fois au cours de l'exercice écoulé, en mars et en novembre ; les deux membres étaient présents à chacune de ses deux réunions.

Au cours de ses deux séances, le Comité a notamment examiné les thèmes suivants :

- en mars, l'indépendance des membres du Conseil ainsi que les réponses fournies par ces derniers au questionnaire d'évaluation portant sur le fonctionnement du Conseil au cours de l'exercice 2003 ;
- en novembre :
 - le montant de la partie variable (prime et stock-options) de la rémunération des membres du Directoire pour 2004 et la fixation

des critères d'attribution de cette même partie variable pour 2005. La prime susceptible d'être attribuée aux membres du Directoire dépend à la fois de critères liés à la performance globale du Groupe (niveaux budgétés de résultat d'exploitation – EBITA – et de cash flow disponible) et à la réalisation d'objectifs personnels (ainsi et par exemple, le gain ou le renouvellements de contrats majeurs). S'agissant des stock-options, le Comité a rappelé que la politique générale d'attribution aux membres du Directoire et aux collaborateurs du Groupe dépend à la fois de critères liés à la performance globale du Groupe (niveaux budgétés de résultat d'exploitation – EBITA – et de cash-flow disponible) et à la réalisation d'objectifs personnels, le nombre d'options attribuées s'inscrivant alors, pour chaque attributaire, dans le cadre d'un pourcentage de son salaire fixe ;

- le montant de la partie fixe de la rémunération des membres du Directoire pour 2005 ;
- les propositions de montant et de répartition des jetons de présence entre les membres du Conseil et les Comités ; le Comité a ainsi validé une proposition d'augmentation du montant des jetons de présence à compter de l'exercice 2005 ;
- les termes du questionnaire d'évaluation du fonctionnement du Conseil au cours de l'exercice 2004 ;
- l'opportunité de la nomination de nouveaux membres ; sur ce point, le Comité a conclu que de telles nominations n'apparaissent pas, à l'heure actuelle, nécessaires.

3. MANDATS DES MANDATAIRES SOCIAUX

La liste des fonctions et mandats en cours de validité exercés par les membres du Directoire et du Conseil de Surveillance dans toute société est la suivante :

Directoire

À l'exception du mandat qui a été exercé par M. Gérard Degonse au sein de la société Bouygues Télécom jusqu'au 19 février 2004, la totalité des mandats exercés par les membres du Directoire le sont dans des filiales directes ou indirectes de JCDecaux SA ou dans des sociétés du domaine de la communication extérieure dans lesquelles le Groupe détient une participation significative.

M. Jean-Charles Decaux - Président du Directoire

JCDecaux Holding (France)	Administrateur - Directeur Général Délégué
Avenir (France)	Président
JCDecaux Airport France (France)	Président
JCDecaux España (Espagne)	Président - Administrateur Délégué
El Mobiliario Urbano SA (Espagne)	Président - Administrateur Délégué
JCDecaux & Sign SA (Espagne)	Président
JCDecaux Atlantis (Espagne)	Président - Administrateur Délégué
Planigrama Exclusivas (Espagne)	Président - Administrateur Délégué
JCDecaux & Cevasa SA (Espagne)	Président du Conseil d'Administration

M. Jean-François Decaux - Directeur Général

JCDecaux Holding (France)	Administrateur - Directeur Général Délégué
Media Frankfurt GmbH (Allemagne)	Vice-Président du Conseil de Surveillance
Europlakat International Werbe (Autriche)	Membre du Conseil de Surveillance
Gewista Werbegesellschaft MbH (Autriche)	Vice-Président du Conseil de Surveillance
JCDecaux Central Eastern Europe (Autriche)	Gérant
JCDecaux Street Furniture Pty Ltd. (Australie)	Président
David Allen Ltd. (Irlande)	Administrateur
Leesons Advertising Ltd. (Irlande)	Administrateur
Summerbrook Enterprises Ltd. (Irlande)	Administrateur
Affichage Holding (Suisse)	Administrateur

M. Robert Caudron - Membre du Directoire

S.E.M.U.P. (France)	Président
S.O.M.U.P.I. (France)	Président-Directeur Général
JCDecaux Mobilier Urbain (France)	Président
S.O.P.A.C.T. (France)	Administrateur - Directeur Général
JCDecaux Publicité Lumineuse (France)	Président
JCDecaux UK Ltd. (Royaume-Uni)	Administrateur
Belgoposter (Belgique)	Administrateur
Ste Holding de Gestion et de Participation (Belgique)	Administrateur
JCDecaux Nederland BV (Pays-Bas)	Membre du Conseil de Surveillance
SIMU BV (Pays-Bas)	Membre du Directoire
Verkoop Kantoor Media BV (Pays-Bas)	Membre du Directoire
JCDecaux Group Services (Luxembourg)	Gérant
JCDecaux Sverige AB (Suède)	Administrateur
AFA JCDecaux A/S (Danemark)	Administrateur
JCDecaux Finland Oy (Finlande)	Administrateur
JCDecaux Portugal Mobiliario Urbano & Publicidade Ltda (Portugal)	Gérant
JCDecaux Do Brasil (Brésil)	Représentant de JCDecaux SA

M. Gérard Degonse - Membre du Directoire

Bouygues Télécom (France)	Administrateur (jusqu'au 19 février 2004)
JCDecaux United Ltd. (Royaume-Uni)	Administrateur
JCDecaux UK Ltd. (Royaume-Uni)	Administrateur
JCDecaux Finland Oy (Finlande)	Administrateur

M. Jeremy Male - Membre du Directoire

JCDecaux Finland Oy (Finlande)	Président du Conseil d'Administration
Xpomera AB (Suède)	Administrateur
JCDecaux Sverige AB (Suède)	Président du Conseil d'Administration
AFA JCDecaux A/S (Danemark)	Administrateur
AFA JCDecaux Iceland Ehf (Islande)	Administrateur
JCDecaux Norge (Norvège)	Président du Conseil d'Administration
JCDecaux Media Services Ltd. (Royaume-Uni)	Administrateur
JCDecaux Ltd. (Royaume-Uni)	Administrateur
JCDecaux Airport UK Ltd. (Royaume-Uni)	Administrateur
JCDecaux UK Ltd. (Royaume-Uni)	Administrateur
JCDecaux Ireland (Irlande)	Administrateur
Street Furniture Ltd. (Irlande)	Président
JCDecaux Nederland BV (Pays-Bas)	Membre du Directoire
SIMU BV (Pays-Bas)	Administrateur
Univier Communications BV (Pays-Bas)	Membre du Conseil de Surveillance
JCDecaux Stadtmoblierung GmbH (Allemagne)	Gérant
Abribus City Media GmbH (Allemagne)	Gérant
JCDecaux Deutschland GmbH (Allemagne)	Gérant
JCDecaux Airport Polska SpZoo (Pologne)	Président du Conseil de Surveillance

Conseil de Surveillance

M. Jean-Claude Decaux - Président du Conseil de Surveillance

JCDecaux Holding (France)	Président-Directeur Général
S.O.P.A.C.T. (France)	Président du Conseil d'Administration
Bouygues Télécom (France)	Représentant de JCDecaux Holding (à/c. du 19 février 2004)
Crédit Commercial de France (France)	Administrateur (jusqu'au 12 mai 2004)
S.C.I. Troisjean (France)	Gérant
S.C.I. Clos de la Chaîne (France)	Gérant
S.C.I. Lyonnaise d'Entrepôt (France)	Gérant

M. Jean-Pierre Decaux - Vice-Président du Conseil de Surveillance

S.C.I. de la Plaine St-Pierre (France)	Gérant
S.C. Bagavi (France)	Gérant
Assor (France)	Administrateur
Société Foncière de Joyenval (France)	Administrateur

M. Pierre-Alain Pariente - Membre du Conseil de Surveillance

SCEA La Ferme de Chateluis (France)	Gérant
Arthur SA (France)	Administrateur

M. Christian Blanc - Membre du Conseil de Surveillance

- Fonction principale en dehors de la Société	Parlementaire
- Autres mandats et fonctions dans toute société	
Carrefour (France)	Administrateur
Thomson Multimédia (France)	Administrateur
COFACE (France)	Administrateur
Cap Gemini (France)	Administrateur

M. Lothar Späth - Membre du Conseil de Surveillance

- Fonction principale en dehors de la Société	Président du Conseil de Surveillance de Jenoptik AG (Allemagne)
- Autres mandats et fonctions dans toute société	
Herrenknecht AG (Allemagne)	Président
Merrill Lynch Europe (Allemagne)	Vice-Président
Sueba USA Corporation (États-Unis)	Administrateur
Süba Wien Bau und Baubetreuungs AG (Autriche)	Président du Conseil de Surveillance
Sigma Jakarta (Indonésie)	Président du Conseil de Surveillance

M. Xavier de Sarrau - Membre du Conseil de Surveillance

- Fonction principale en dehors de la Société	Avocat
- Autres mandats et fonctions dans toute société	néant

4. INTÉRÊTS DES MANDATAIRES SOCIAUX

4.1 Rémunérations des mandataires sociaux

Le montant des rémunérations brutes et autres avantages en nature versés à chacun des mandataires sociaux par JCDecaux SA, par JCDecaux Holding et par les autres sociétés du Groupe en 2004 a été le suivant :

Membres du Directoire

Les montants indiqués comme versés en France sont ceux versés par JCDecaux SA cumulés avec ceux versés par JCDecaux Holding, actionnaire de contrôle de JCDecaux SA.

Pour les rémunérations payées en livres sterling, le taux de change appliqué est le taux moyen de change sur l'année 2004, de 1 livre sterling pour 1,473359 euro.

M. Jean-François Decaux

(en euros)	Salaires et intéressement	Primes et autres	Assurance vie
France	583 600	721 000	18 000
Filiales étrangères	439 700	800 000	-

Un véhicule est mis à la disposition de M. Jean-François Decaux au Royaume-Uni et en Allemagne.

M. Jean-Charles Decaux

(en euros)	Salaires et intéressement	Primes et autres	Assurance vie
France	583 600	800 000	18 000
Filiales étrangères	459 900	731 100	-

Un véhicule est mis à la disposition de M. Jean-Charles Decaux en France et en Espagne. Il bénéficie, en outre, dans ce dernier pays, d'un logement de fonction.

M. Jean-François Decaux et M. Jean-Charles Decaux ne disposent pas de stock-options, ayant renoncé à en recevoir.

M. Robert Caudron

(en euros)	Salaires et intéressement	Primes et autres	Assurance vie
France	307 400	-	54 200
Filiales étrangères	142 200	55 000	51 800

Un véhicule est mis à la disposition de M. Robert Caudron en France.

M. Gérard Degonse

(en euros)	Salaires et intéressement	Primes et autres	Assurance vie
France	285 200	100 000 ⁽¹⁾	-
Filiales étrangères	67 300	-	-

(1) Ce montant ne comprend pas une somme de 40 000 euros due au titre de 2004, mais qui n'a été versée qu'en 2005.

Un véhicule est mis à la disposition de M. Gérard Degonse en France.

M. Jeremy Male

(en euros)	Salaires et intéressement	Primes et autres	Assurance vie
France	-	-	-
Filiales étrangères	654 200	327 100	19 600

Un véhicule est mis à la disposition de M. Jeremy Male au Royaume-Uni.

Des options de souscription d'actions nouvelles (stock-options) ont été octroyées par le Directoire, au cours de l'exercice 2004, à M. Robert Caudron, M. Gérard Degonse et M. Jeremy Male. Ces éléments sont indiqués dans le tableau récapitulatif figurant en page 134 du Document de Référence.

Aucun des membres du Directoire n'a, au cours de l'exercice, levé d'options de souscription d'actions.

Membres du Conseil de Surveillance

Au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2004, les membres du Conseil de Surveillance ont reçu de JCDecaux SA les sommes brutes suivantes :

M. Christian Blanc	21 200 €
M. Jean-Pierre Decaux	24 200 €
M. Pierre-Alain Pariente	24 200 €
M. Xavier de Sarrau	24 200 €
M. Lothar Späth	24 200 €

Au cours de ce même exercice, certains membres du Conseil de Surveillance ont reçu les sommes brutes suivantes en raison de leur appartenance et participation aux Comités (voir ci-contre).

Comité d'Audit

M. Xavier de Sarrau	8 000 €
M. Christian Blanc	4 500 €

Comité des Rémunérations et des Nominations

M. Christian Blanc	4 000 €
--------------------	---------

Il est rappelé que M. Jean-Claude Decaux a renoncé à percevoir des jetons de présence tant en qualité de Président du Conseil de Surveillance, qu'en qualité de Président du Comité des Rémunérations et des Nominations.

En 2004, il a perçu une rémunération de 45 735 euros au titre de ses fonctions de Président de la société SOPACT ainsi qu'une rémunération de 193 600 euros en qualité de Président-Directeur Général de la société JCDecaux Holding.

4.2 Actions détenues par les dirigeants

Au 31 décembre 2004, les membres du Directoire et du Conseil de Surveillance détenaient 3 578 713 actions de la Société (représentant environ 1,61 % du capital et des droits de vote), réparties comme suit :

Dirigeants	Situation au 31/12/2004			Situation au 31/12/2003			Situation au 31/12/2002		
	Nbre de titres	% du capital	% des droits vote	Nbre de titres	% du capital	% des droits vote	Nbre de titres	% du capital	% des droits vote
Jean-François Decaux	1 796 179	0,809	0,81	2 436 179	1,100	1,100	2 436 179	1,100	1,100
Jean-Charles Decaux	1 712 210	0,771	0,772	2 066 210	0,932	0,933	2 066 210	0,932	0,933
Jean-Pierre Decaux	31 723	0,014	0,014	31 723	0,014	0,014	31 723	0,014	0,014
Jean-Claude Decaux	8 175	0,004	0,004	8 175	0,004	0,004	8 175	0,004	0,004
Robert Caudron	19 420	0,009	0,009	23 670	0,011	0,011	23 670	0,011	0,011
Christian Blanc	2	-	-	2	-	-	2	-	-
Pierre-Alain Pariente	2	-	-	2	-	-	2	-	-
Xavier de Sarrau	11 000	0,005	0,005	11 000	0,005	0,005	-	-	-
Lothar Späth	2	-	-	2	-	-	-	-	-

Au 31 décembre 2004, les membres du Directoire et du Conseil de Surveillance détenaient, en pleine propriété et en nue-propriété, 1 300 030 actions de la société JCDecaux Holding (représentant environ 67 % du capital et des droits de vote de cette société).

4.3 Nombre total d'options conférées sur les actions du Groupe

Les options de souscription d'actions octroyées aux mandataires sociaux au cours de l'exercice 2004 sont indiquées en page 134 du présent document.

4.4 Actifs appartenant directement ou indirectement aux mandataires sociaux ou aux membres de leur famille

4.4.1 Actifs immobiliers

Tous les locaux d'activité du Groupe sont la propriété de celui-ci ou sont occupés au titre de contrats de baux commerciaux.

Certains de ces locaux sont la propriété d'entités contrôlées par la société JCDecaux Holding, qui détient environ 69 % des actions de la Société. Ainsi, le siège social du Groupe à Neuilly-sur-Seine, les locaux situés à Plaisir, à Maurepas (Yvelines) et à Puteaux, les locaux de Londres, Bruxelles et Madrid sont la propriété de la SCI Troisjean, filiale de JCDecaux Holding. Le Groupe occupe ces locaux au titre de contrats de baux commerciaux qui ont été conclus en conformité avec les conditions de marché. Le montant total des loyers versés par le Groupe au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2004 au titre de ces baux commerciaux s'est élevé à 8 358 000 euros.

4.4.2 Propriété intellectuelle

Le Groupe protège par des droits exclusifs (marques, dessins et modèles, brevets, noms de domaine) tant en France que dans les principaux pays dans lesquels il exerce son activité, les éléments de propriété intellectuelle essentiels qu'il utilise dans la conduite de son activité. La marque "JCDecaux" est ainsi protégée dans de très nombreux pays.

Par un accord de coexistence de marques conclu avec M. Jean-Claude Decaux, la société JCDecaux SA et ses filiales disposent à titre gratuit et exclusif du droit d'utiliser et de déposer de manière illimitée les marques JCDecaux ainsi que toute marque comprenant les termes "JCDecaux" pour la conduite de leurs activités d'exploitation et de commercialisation d'espaces publicitaires figurant sur des équipements de mobilier urbain, des supports d'affichage ou des dispositifs de publicité lumineuse.

Le Groupe est titulaire de plus de 170 marques secondaires. Plus de 500 dessins et modèles déposés protègent en France et à l'étranger des produits tels que les abribus, les colonnes, les supports d'affichage, les bornes interactives, dont certains sont dessinés par des architectes de renommée mondiale. Les innovations techniques sont protégées par des brevets, liés par exemple à un système informatisé de mise à disposition de bicyclettes et aux sanitaires publics à entretien automatique. Le Groupe protège ainsi plus de 40 inventions en France et à l'étranger. Lors du paiement des annuités relatives aux brevets, le Groupe étudie systématiquement l'opportunité de conserver un monopole sur les inventions protégées par ces derniers.

4.5 Conventions avec la Société, prêts et garanties consentis par la Société

- Les conventions entrant dans le champ d'application de l'article L.225-86 du Code de commerce et conclues au cours de l'exercice écoulé figurent en pages 114 et 115 du présent document.
- Au cours de l'exercice écoulé, aucun prêt ou garantie n'a été accordé ou constitué par la Société en faveur de l'un des membres du Directoire ou du Conseil de Surveillance.

5. SCHÉMAS D'INTÉRESSEMENT ET DE PARTICIPATION DU PERSONNEL

Pour la France, les accords des sociétés JCDecaux SA, Avenir et JCDecaux Airport ont été renouvelés en 2004 et complétés par un accord Groupe. Cette disposition vise non seulement à motiver les salariés sur la performance de leur entité mais également à renforcer leur appartenance à un Groupe. Les autres accords restant en cours ont été conclus, en 2002, par JCDecaux Publicité Lumineuse et, en 2003, par JCDecaux Holding et JCDecaux Mobilier Urbain, ces deux derniers accords n'étant applicables qu'à compter de l'intéressement au titre de l'année 2003.

Chacun de ces accords a été conclu pour une durée de trois ans et chacun bénéficie aux salariés des sociétés concernées ayant au moins trois mois d'ancienneté dans le Groupe lors de l'exercice donnant lieu à l'intéressement.

Un accord de participation Groupe a également été conclu en 2001 prévoyant un accord de mutualisation entre les sociétés parties à cet accord (JCDecaux SA, JCDecaux Airport, Avenir, JCDecaux Publicité Lumineuse, RCI). Cet accord bénéficie à tous les salariés ayant au moins trois mois d'ancienneté dans le Groupe lors de l'exercice donnant lieu à la participation. Le calcul de la participation est effectué conformément aux dispositions de l'article L.442.2 du Code du travail.

Le montant de l'intéressement et de la participation versé, pour la France, au titre des 3 derniers exercices figure en page 33 du Document de Référence.

Les sociétés JCDecaux SA, Avenir, JCDecaux Airport, JCDecaux Publicité Lumineuse, JCDecaux Mobilier Urbain et JCDecaux Holding disposent chacune d'un Plan d'Épargne d'Entreprise, chacun de ces Plans ayant été renouvelé en 2002. Les salariés des sociétés concernées peuvent notamment effectuer des versements volontaires sur les Fonds JCDecaux Développement, JCDecaux diversifié, Fructi Sécurité et, dans une perspective à plus long terme, sur les Fonds Fructi Avenir 1, Fructi Avenir 2, Fructi Avenir 3, Fructi Avenir 4, Fructi Avenir 5 et Fructi Avenir 6.

6. CONTRÔLE INTERNE

6.1 Procédures de contrôle interne

Les procédures de contrôle interne visent à l'efficacité des opérations, à la conformité aux lois et réglementations en vigueur et à la fiabilité des informations financières et comptables.

L'un des objectifs du système de contrôle interne est de prévenir et maîtriser les risques résultant de l'activité de l'entreprise et les risques d'erreurs ou de fraudes, en particulier dans les domaines comptable et financier. Comme tout système de contrôle, il ne peut cependant fournir une garantie absolue que ces risques soient totalement éliminés.

Les procédures de contrôle interne du Groupe résultent d'une analyse des risques opérationnels et financiers, liés à l'activité de la Société, elles font l'objet d'une diffusion large aux personnels concernés et leur mise en œuvre s'appuie sur les directions fonctionnelles du Groupe : Direction Financière, Direction Juridique et Direction Informatique. La Direction de l'Audit Interne est en charge de contrôler le respect des procédures en place et d'identifier, le cas échéant, la faiblesse desdites procédures.

6.1.1 Analyse des risques

Les activités de la Société s'organisent autour de quatre catégories de processus : le patrimoine, le commercial, l'exploitation et le

financier. La composition du Directoire et des Comités de Direction des filiales du Groupe reflète cette organisation.

Patrimoine

L'objet social de la Société étant la commercialisation d'espaces publicitaires, l'acquisition de nouveaux emplacements ou le renouvellement des titres d'occupation existants est une activité importante pour le Groupe. Ce processus couvre toutes les fonctions impliquées dans la préparation des appels d'offres, la négociation des contrats et la mise en œuvre des contrats.

Les risques qui relèvent de ce processus sont des risques de nature essentiellement juridique liés au respect des législations en vigueur et des règles de concurrence. Le Groupe a constitué, au fil du temps, des équipes de juristes spécialistes du droit administratif pour gérer les processus d'appels d'offres en France et à l'étranger. Ces équipes analysent le contenu des appels d'offres et s'assurent du strict respect des procédures et des cahiers des charges émis par les adjudicataires.

La préparation des réponses aux appels d'offres suit un processus précis qui intègre toutes les fonctions concernées dans l'entreprise, sous la direction d'un membre du Directoire. Les appels d'offres dépassant certains critères sont systématiquement soumis au Directoire.

Commercial

La Société commercialisant ses faces publicitaires principalement sous la forme de réseaux, ce processus couvre les phases suivantes : définition des produits et des prix, définition de la politique commerciale, prise de commandes et conclusion des contrats, gestion des planning, administration des ventes. Les Directions Ventes et Marketing assurent les relations avec les annonceurs et leurs agences publicitaires.

Le risque essentiel, dans ce processus, est celui de l'intégrité du chiffre d'affaires. Au-delà des procédures commerciales, comptables et financières mises en place, le Groupe s'appuie sur l'intégration de ses systèmes informatiques (patrimoine, commercial et financier) pour garantir l'intégrité de son chiffre d'affaires.

Exploitation

Ce processus couvre toutes les opérations d'exploitation qui vont de l'installation des mobiliers ou panneaux d'affichage, à la pose des affiches et à l'entretien des mobiliers.

Les risques majeurs relatifs aux opérations sont sécurisés par une organisation et des procédures de sauvegarde :

- il en est ainsi de la diversification des approvisionnements comme des moyens de production et d'acheminement des affiches jusqu'aux sites d'affichage dont les retards peuvent affecter directement le niveau des ventes ;
- sur le plan de l'exploitation, qui regroupe l'essentiel des effectifs, les conditions de travail et de sécurité sont régulièrement prises en compte dans le cadre des commissions Hygiène et Sécurité ;
- par ailleurs, les capacités installées permettent la poursuite de notre activité en cas de sinistre majeur, incendie, etc ;

- enfin, les systèmes d'information sont protégés des intrusions et des risques physiques par le doublement des réseaux et la réplique régulière des données stockées dans des sites différents.

Finance

Le processus de production de l'information financière est décrit au point 6.2 ci-dessous ainsi que les dispositions prises pour réduire les risques.

6.1.2 Règles et procédures

Charte Éthique

Le changement de taille du Groupe à partir de 1999, l'a conduit, dès 2001, à consigner dans un document formel les règles de conduite dans les affaires qui ont fait la force du Groupe depuis sa création.

En 2004, il a été procédé à une actualisation de cette Charte qui se compose désormais de deux séries de règles :

- les Règles Éthiques Fondatrices dans le cadre desquelles s'inscrivent les relations avec l'Administration, avec les actionnaires et avec les marchés financiers ; un Comité d'Éthique Groupe, nouvellement créé, a pour mission de veiller au respect de ces règles, parmi lesquelles l'interdiction de toute forme de corruption active ou passive, qui sont essentielles à l'existence et à la valorisation du Groupe ;
- un Code de Bonne Conduite abordant les relations avec les fournisseurs et clients ainsi que les relations des collaborateurs au sein du Groupe. Les règles qui y figurent doivent être mises en œuvre par chaque société du Groupe selon les réglementations nationales applicables. Leur respect relève de la responsabilité des directions générales de chaque société du Groupe tant en France qu'à l'étranger.

Cette nouvelle version de la Charte Éthique est entrée en application début 2005.

Le Comité d'Éthique Groupe est composé de trois membres qui sont le Président du Comité d'Audit du Conseil de Surveillance, le Directeur Juridique Groupe et le Directeur de l'Audit Interne.

Le rôle du Comité d'Éthique Groupe est d'être informé et de gérer, en respectant la confidentialité la plus absolue, les infractions aux Règles Éthiques Fondatrices.

Le Comité a également comme mission de :

- se saisir de toute question en relation avec l'éthique du Groupe et formuler toute recommandation qu'il jugera nécessaire ;
- veiller à diffuser la Charte ; en proposer toute modification ;
- préparer toute réponse à des réclamations ou mises en cause du Groupe relativement à sa politique éthique.

Délégations de pouvoirs

L'organisation opérationnelle du Groupe s'appuyant sur des filiales de plein exercice dans chaque pays où le Groupe est présent, les Directions générales de ces sociétés sont, de par la loi, investies de tous les pouvoirs nécessaires.

Néanmoins, le Directoire a mis en place, en 2004, dans les filiales françaises et étrangères des délégations de pouvoirs plus spécifiques par fonction.

Dans trois domaines particulièrement sensibles pour le Groupe, le Directoire a encadré les pouvoirs d'engagement des filiales :

- réponse aux appels d'offres ;
- ouverture et fonctionnement des comptes bancaires, les instructions en la matière faisant l'objet d'un audit interne annuel ;
- engagements autres que les opérations bancaires : contrats commerciaux, contrats de travail, achats et vente d'immeubles, dépôts de brevets, marques et modèles, etc.

D'une façon générale, au sein du groupe JCDecaux, les décisions s'appuient sur un premier niveau de délégations dans les domaines des Ventes, des Opérations, de la Finance et des Produits. Un second niveau de délégations a été mis en place dans certains domaines relevant essentiellement des Opérations, des Ressources Humaines, du Juridique, des Systèmes d'Information, et des Finances (Contrôle Financier, Trésorerie, Développement).

Manuel de Contrôle Interne

Dans un premier temps, le Groupe a préparé, avec l'aide d'un conseil indépendant, un Manuel de Contrôle Interne au printemps 2003. Ce Manuel a été présenté à l'ensemble des Directeurs Financiers du Groupe en juin 2003 et diffusé à l'ensemble des filiales.

Dans un deuxième temps, le Groupe a élaboré à partir du Manuel de Contrôle Interne un questionnaire d'auto-évaluation afin de recueillir l'évaluation des Directeurs Financiers des filiales sur les processus administratifs et les risques liés dont ils ont la responsabilité.

Ce questionnaire a permis de mettre en évidence des points faibles de contrôle interne sur certains cycles administratifs pour lesquels des actions correctrices ont été intégrées aux plans d'actions menés en 2004. Ces faiblesses ne sont pas considérées comme des insuffisances significatives de contrôle interne.

Dans un troisième temps, le Groupe procède à une analyse des différentes étapes de chacun des processus identifiés afin de définir les points de contrôle les plus appropriés. Ce travail, débuté en 2004, se poursuivra en 2005.

6.1.3 Mise en œuvre

Le déploiement du contrôle interne dans le Groupe s'appuie sur les Directions fonctionnelles Juridique, Finance et Informatique elles-mêmes et par une Direction de la Qualité.

Le Directeur Juridique du Groupe recense auprès des filiales et de leurs avocats l'ensemble des litiges (nature, montants, procédure, niveau de risques), en fait un suivi régulier et rend compte au Comité d'Audit.

La Direction Financière retrace, au travers des informations remontées par les filiales, l'évolution de leur performance, établit des com-

paraisons entre les filiales et procède à des analyses spécifiques sur les coûts, les investissements. Au sein de la Direction Financière, une équipe de contrôleurs est responsable du suivi financier des filiales étrangères du Groupe. Chaque année, les Directeurs Financiers sont réunis pour traiter des évolutions techniques, éthiques et de leur responsabilité en matière de contrôle.

La Direction Informatique travaille, pour ce qui est du contrôle interne, selon trois axes : sécurisation des données et des informations, harmonisation des systèmes et hébergement des systèmes.

6.1.4 L'Audit Interne

Depuis l'introduction en Bourse en 2001, le Groupe a cherché à renforcer le contrôle interne et à développer la culture de la gestion des risques en développant la fonction d'Audit Interne.

Une nouvelle organisation a pris effet au 1^{er} avril 2004 ; le poste de Directeur de l'Audit Interne a été créé, les effectifs existants et l'expertise, renforcés.

La Direction de l'Audit Interne est rattachée au Directeur Général du Groupe n'exerçant pas la Présidence du Directoire. Les membres du Comité d'Audit et le Président du Conseil de Surveillance se sont vus donner un accès direct, hors hiérarchie, à cette Direction à laquelle ils peuvent confier des missions spécifiques.

En 2004, conformément au plan d'audit, la Direction de l'Audit Interne a :

- mené une mission d'audit du Bureau d'Études et des processus d'achats industriels ;
- mené des missions d'audit financier dans certaines filiales d'Europe de l'Est (Croatie, Hongrie, République tchèque, etc.) ;
- travaillé sur la mise en œuvre du Manuel de Contrôle Interne.

6.2 Processus de production de l'information financière et comptable

Le processus de production de l'information financière et comptable de la société JCDecaux SA vise à :

- fournir aux membres du Directoire et aux responsables opérationnels les informations dont ils ont besoin pour gérer la Société et ses filiales ;
- permettre la consolidation statutaire, le pilotage de l'activité au travers du reporting et du budget ;
- assurer la communication financière du Groupe.

Le processus de production de l'information financière et comptable est organisé autour de trois cycles : budget, reporting et consolidation. Ces trois cycles s'appliquent à toutes les entités juridiques et suivent un format identique (périmètre, définitions, traitements) décrit dans le "Manuel Finance". Ce manuel comprend l'ensemble des principes, règles et procédures comptables et de gestion en vigueur dans le groupe JCDecaux.

- Le budget est préparé à l'automne et couvre les prévisions de clôture de l'exercice en cours, le budget de l'année N + 1 et des

projections pour les années N + 2 et N + 3. Approuvé par le Directoire en décembre, il est notifié aux filiales avant le début de l'année considérée. Outre des informations de nature stratégique et commerciale, le budget comprend un compte d'exploitation et un tableau d'emplois ressources établis selon le même format que les comptes consolidés.

- Le reporting établi mensuellement, à l'exception des mois de janvier et d'août, comprend plusieurs volets : un compte d'exploitation, un suivi des investissements, un reporting de trésorerie et un suivi des effectifs. Outre les comparaisons usuelles avec les périodes antérieures et le budget, le reporting comprend une réestimation des prévisions de clôture.
- Les comptes consolidés sont établis trimestriellement mais diffusés tous les semestres. Ils comprennent un compte de résultat, un bilan et un tableau des flux de trésorerie et les annexes. La consolidation est centralisée (pas de palier de consolidation).

L'ensemble de ces cycles est placé sous la responsabilité de la Direction Générale Finance organisée comme suit :

- une Direction du Contrôle Financier composée d'un département Budget et Reporting, d'un département Consolidation et d'une équipe de Contrôleurs de Gestion Internationaux chargée du suivi des filiales étrangères ;
- une Direction Trésorerie et Développement composée d'un département Financement-Trésorerie, d'une équipe Développement-Acquisitions, d'une équipe Qualité et d'une équipe Fiscalité ;
- un Département Relations Investisseurs et Communication Financière.

Les directeurs placés à la tête de ces Directions ont une responsabilité transverse et mondiale sur l'ensemble des filiales. Le Directeur Général Finance a autorité fonctionnelle sur les Directeurs Financiers

de toutes les filiales du Groupe. L'ensemble du dispositif est renforcé par les délégations de pouvoirs décrites ci-dessus.

Lors de la clôture des comptes, les Directeurs Généraux et Directeurs Financiers des filiales établissent des "lettres d'affirmation" signées conjointement et adressées au Directeur du Contrôle Financier.

Implication des auditeurs externes

Les comptes sont vérifiés par nos Commissaires aux Comptes deux fois par an pour la clôture annuelle (audit) et semestrielle (examen limité) des comptes consolidés et statutaires de JCDecaux SA.

Dans le cadre de la clôture annuelle, les filiales du périmètre de consolidation sont contrôlées. Pour la clôture semestrielle, des interventions ciblées sont réalisées sur les filiales significatives.

Évolutions

Au-delà des mesures spécifiquement mises en œuvre pour renforcer les procédures de contrôle et les faire tendre vers les meilleures pratiques, de nombreuses évolutions internes y contribuent également.

La mise en place d'un ERP sur l'ensemble des filiales françaises qui génèrent 34 % du chiffre d'affaires du Groupe et le déploiement de logiciels similaires dans les filiales étrangères consolident le dispositif de façon significative.

L'intégration des systèmes commerciaux avec la gestion du patrimoine, qui, à ce jour, a été réalisée en France, au Royaume-Uni et qui est prévue, en 2005, en Espagne, va dans le même sens.

Enfin, la mise en œuvre des IFRS a été l'occasion de vérifier de façon fine le système de production de l'information financière.

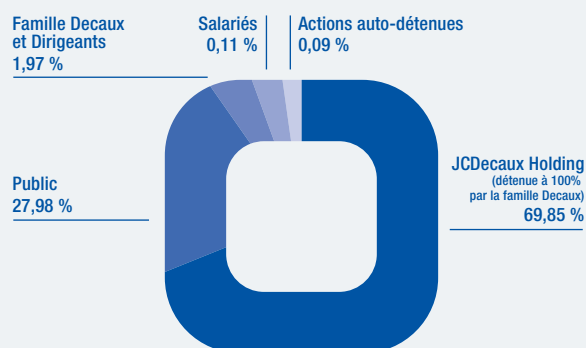
ACTIONNARIAT ET BOURSE

1. RÉPARTITION DU CAPITAL

Au 31 décembre 2004, la répartition du capital était la suivante :

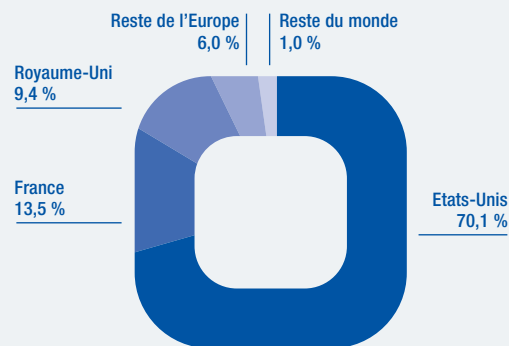
- actions au nominatif : 159 895 583 actions (dont 200 000 actions auto-détenues) détenues par 42 actionnaires,
- actions au porteur : 62 098 086 actions (source : Euroclear France, enquête Titre au Porteur Identifiable (TPI)).

Au 31 décembre 2004



RÉPARTITION DU FLOTTANT PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

Au 31 décembre 2004



Source : Thomson Financial/Euroclear
(sur la base des actions identifiées (96,79 % du flottant)).

2. PRINCIPAUX ACTIONNAIRES

Au 31 décembre 2004, l'actionnariat de la Société était le suivant :

Actionnaires	Nombre d'actions	Pourcentage du capital	Pourcentage des droits de vote
JCDecaux Holding	155 056 745	69,847	69,910
Public (Bourse)	62 118 856	27,982	28,007
Jean-François Decaux	1 796 179	0,809	0,810
Jean-Charles Decaux	1 712 210	0,771	0,772
Jean-Sébastien Decaux	768 824	0,346	0,347
Actionnaires Salariés (FCPE JCDecaux Développement)	248 900	0,112	0,112
Jean-Pierre Decaux	31 723	0,014	0,014
Robert Caudron	19 420	0,009	0,009
Annick Piraud	18 572	0,008	0,008
Xavier de Sarrau	11 000	0,005	0,005
Jean-Claude Decaux	8 175	0,004	0,004
Danielle Decaux	3 059	0,001	0,001
Christian Blanc	2	-	-
Pierre-Alain Pariente	2	-	-
Lothar Späth	2	-	-
Actions auto-détenues	200 000	0,090	0
Actions d'auto-contrôle	0	-	-
TOTAL	221 993 669	100 %	100 %

À la connaissance de la Société, il n'existe pas de pacte entre les actionnaires visés ci-dessus relatif à leurs participations respectives dans la Société. La Société n'est pas partie prenante à des conventions entre actionnaires dont les clauses sont susceptibles d'avoir un impact significatif sur le cours du titre. À la connaissance de la Société, aucun actionnaire autre que JCDecaux Holding ne détient directement, indirectement ou de concert 5 % ou plus du capital ou des droits de vote. À la connaissance de la Société, un seul actionnaire (Artisan International Fund) détient des titres atteignant le seuil, fixé par l'article 9 des statuts, de 2 % du capital ou des droits de vote (cf. page 133).

Il n'existe pas d'actions à droit de vote double.

3. LE MARCHÉ DES TITRES JCDECAUX EN 2004

L'action JCDecaux est cotée sur l'Eurolist d'Euronext Paris (Compartiment A), à l'exclusion de tout autre marché. Le titre JCDecaux fait partie des valeurs qui composent l'indice SBF 120 depuis le 26 novembre 2001 et l'indice Euronext 100 depuis le 2 janvier 2004. Depuis le 3 janvier 2005, JCDecaux a également rejoint deux nouveaux indices boursiers : l'indice CAC Mid100 et l'indice CAC IT20. L'indice CAC Mid100 positionnait JCDecaux à la

deuxième place lors du lancement de cet indice. Cet indice est composé des 100 premières capitalisations qui suivent les 60 valeurs les plus importantes composant l'indice CAC 40 et CAC Next20. L'indice CAC IT20 regroupe les valeurs les plus représentatives en termes de taille et de volumes de l'indice CAC IT, et représente, pour les valeurs technologiques, ce que l'indice CAC 40 représente pour l'ensemble du marché. Enfin, à compter du 21 mars 2005, JCDecaux fait partie des 61 nouvelles sociétés qui ont intégré l'indice FTSE4Good, indice de référence des valeurs socialement responsables.

Au 31 décembre 2004, le nombre d'actions s'élevait à 221 993 669 et le nombre d'actions excluant les actions auto-détenues s'élevait à 221 793 669. Le nombre moyen pondéré d'actions, déduction faite des actions auto-détenues, s'élevait à 221 411 893 au cours de l'exercice 2004. Il s'est échangé en moyenne 255 898 titres par jour.

Le titre JCDecaux a connu un remarquable parcours boursier en 2004 et a clôturé l'année en hausse de 65,7 % par rapport à 2003, à 21,48 euros. Il a superperformé l'indice des valeurs média européennes (DJ Stoxx Media) qui a progressé de 7,3 % (Source : Bloomberg). En 2004, le titre JCDecaux s'est ainsi positionné à la deuxième place du classement des meilleures hausses de cet indice et à la sixième place du classement des meilleurs hausses du SBF 120.

4. ÉVOLUTION DU COURS DE BOURSE ET DES VOLUMES DE TRANSACTIONS

Depuis le 1^{er} janvier 2003, les cours de Bourse et les volumes de transactions du titre JCDecaux ont évolué de la manière suivante :

	COURS			VOLUME		
	Plus haut (en euros)	Plus bas (en euros)	Cours de clôture (en euros)	Nbre de titres échangés	Moyenne des titres échangés	Capitalisation boursière ⁽¹⁾ (en M€)
2003						
Janvier	11,83	9,6	9,6	2 585 992	117 545	2 127,4
Février	10,1	8,5	8,5	2 865 259	143 263	1 883,6
Mars	9,2	7,15	8,7	3 246 115	154 577	1 927,9
Avril	9,25	8,5	8,65	3 291 313	164 566	1 916,8
Mai	10,68	8,4	10,68	3 132 986	149 190	2 366,7
Juin	11,3	10	10,9	5 290 033	251 906	2 415,4
Juillet	11,35	10,36	10,58	5 417 039	235 523	2 348,9
Août	12,12	10,35	12,12	1 989 473	94 737	2 685,8
Septembre	13,2	11,75	12,07	6 143 121	279 233	2 674,7
Octobre	13	11,98	12,68	3 874 333	168 449	2 805,5
Novembre	13,2	12,75	12,95	3 522 870	176 144	2 869,7
Décembre	13,85	12,96	12,96	3 058 502	145 643	2 871,9
2004						
Janvier	15,35	13,3	14,84	5 642 453	268 688	3 288,5
Février	16,12	14,25	16,12	6 139 868	306 993	3 572,2
Mars	18,19	14,2	18,19	7 145 649	310 680	4 027,3
Avril	19,15	17,4	17,5	7 273 405	363 670	3 878,0
Mai	17,8	16,49	17,8	4 503 852	214 469	3 944,5
Juin	18,25	17,2	17,59	3 759 775	170 899	3 898,0
Juillet	17,8	16,63	17,68	4 026 780	183 035	3 917,9
Août	17,84	15,74	16,05	3 311 508	150 523	3 556,7

	COURS			VOLUME		
	Plus haut (en euros)	Plus bas (en euros)	Cours de clôture (en euros)	Nbre de titres échangés	Moyenne des titres échangés	Capitalisation boursière ⁽¹⁾ (en M€)
2004 (suite)						
Septembre	18,6	16,2	18,3	7 528 944	342 225	4 055,3
Octobre	19,51	17,91	19,49	5 113 460	243 498	4 319,0
Novembre	20,53	19,65	19,98	6 320 392	287 291	4 427,6
Décembre	21,75	20,17	21,48	5 511 381	239 625	4 760,0
2005						
Janvier	21,63	20,16	20,51	3 627 214	172 724	4 545,1
Février	20,57	19,26	19,43	6 640 137	332 007	4 313,3

(1) Calculée à partir du dernier cours de clôture du mois, multiplié par le nombre de titres constaté à la fin du mois.

Au 31 décembre 2004, le nombre de titres s'élevait à 221 993 669.

Fiche signalétique	
Code ISIN	FR 0000077919
Éligibilité SRD / PEA	Oui / Oui
Code Reuters	JCDX.PA
Code Bloomberg	DEC FP

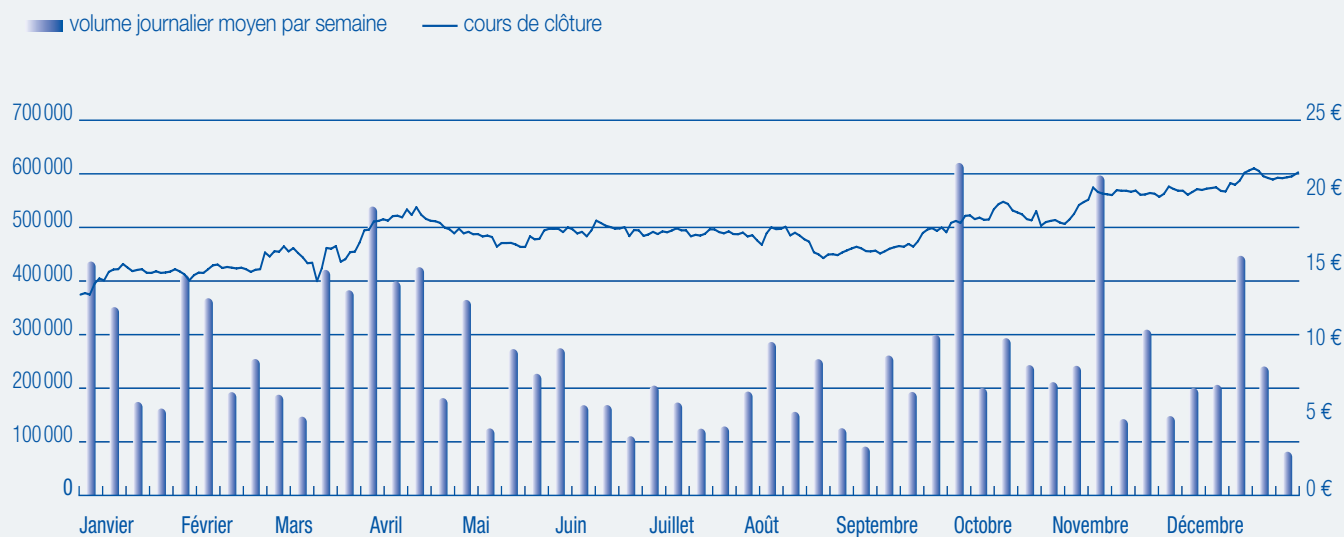
Données boursières 2004	
Cours le plus haut (20/12/04) ⁽¹⁾	21,75
Cours le plus bas (05/01/04) ⁽¹⁾	13,30
Capitalisation boursière ⁽²⁾	4 760,0
Nombre d'actions au 31/12/2004	221 993 669
Volume moyen journalier	255 898

Source : Bloomberg

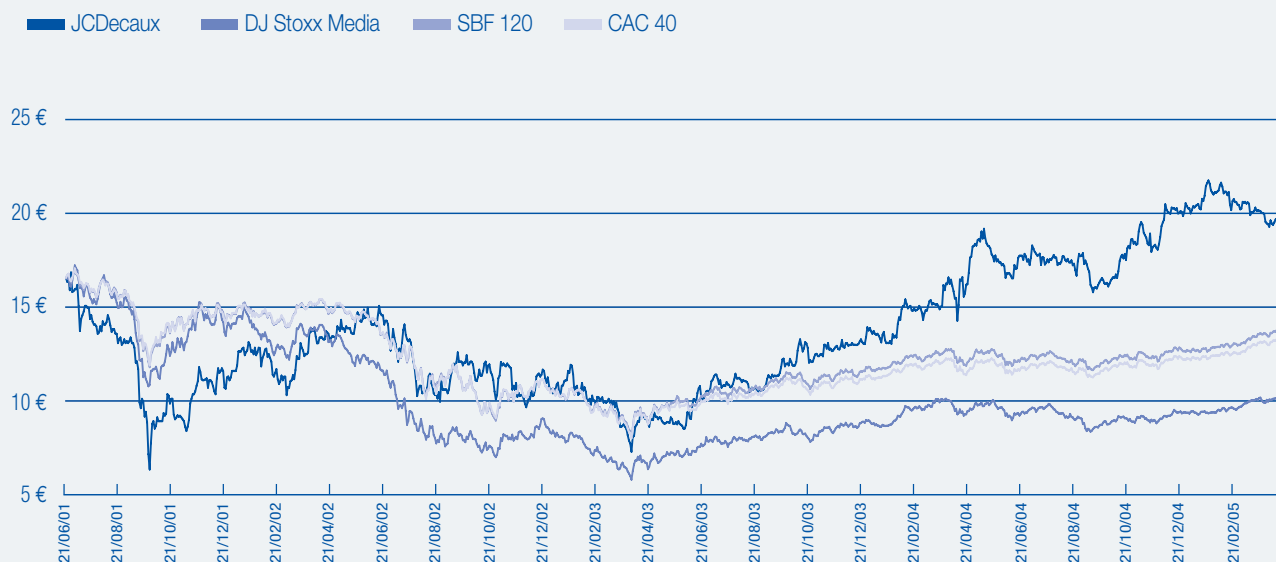
(1) En euros, cours de clôture ; (2) En millions d'euros, au 31 décembre 2004.

COURS DE BOURSE

Évolution du cours de l'action JCDecaux et des volumes de transactions en 2004



Évolution comparée du titre JCDecaux avec les indices CAC 40, SBF 120 et DJ Stoxx Media depuis l'introduction en Bourse, le 21 juin 2001



5. INFORMATION DES ACTIONNAIRES

Alexandre Hamain

Responsable de la Communication Financière et des Relations avec les Investisseurs

Tél. : 33 (0)1 30 79 44 86 - Fax : 33 (0)1 30 79 77 91

E-mail : actionnaires@jcdecaux.fr

Des informations générales et financières sont à la disposition des actionnaires sur le site Internet : <http://www.jcdecaux.com>

Calendrier prévisionnel de communication financière

Date	Événement
27 avril 2005	Chiffre d'affaires du 1 ^{er} trimestre 2005
11 mai 2005	Assemblée Générale
27 juillet 2005	Chiffre d'affaires du 2 ^e trimestre 2005
14 septembre 2005	Résultats semestriels 2005
26 octobre 2005	Chiffre d'affaires du 3 ^e trimestre 2005

CAPITAL

1. GÉNÉRALITÉS

1.1 Conditions statutaires auxquelles sont soumises les modifications du capital et des droits attachés aux actions

Toute modification du capital ou des droits attachés aux titres qui le composent est soumise aux prescriptions légales, les statuts ne prévoyant pas de dispositions spécifiques. La répartition du capital de la société est indiquée en page 127.

1.2 Capital social

Au 31 décembre 2004, le capital de la Société s'établit à 3 384 274,13 euros, divisé en 221 993 669 actions, toutes de même catégorie et entièrement libérées.

Les délégations d'augmentation de capital, en cours de validité, accordées au Directoire sont les suivantes :

Date de l'Assemblée	Nature de la délégation donnée au Directoire	Utilisation faite de la délégation par le Directoire en 2004
23 mai 2002	Consentir des options de souscription et d'achat d'actions de la Société au bénéfice des salariés de la Société et de ses filiales françaises et étrangères dans la limite de 3 % du capital, soit 6 648 022 actions, cette autorisation ayant une durée de validité de 38 mois, et se substituant à celle donnée par l'Assemblée Générale Extraordinaire du 23 mars 2001.	Le Directoire a consenti 678 711 options de souscription au cours de l'exercice 2004 dans le cadre de cette délégation
12 mai 2004	<ul style="list-style-type: none"> - Procéder à l'émission d'obligations dans la limite d'un montant global de 2,5 milliards d'euros, cette autorisation ayant une durée de validité de 26 mois. - Procéder à l'augmentation du capital social, en une ou plusieurs fois, par émission – avec maintien du droit préférentiel de souscription – d'actions et/ou d'autres valeurs mobilières donnant accès, immédiatement ou à terme, à des actions de la Société, dans la limite d'un montant nominal maximal global de 2 350 000 euros, et en fixer les conditions et modalités. Cette délégation a été donnée pour 26 mois. La même autorisation a été donnée en prévoyant la suppression du droit préférentiel de souscription. - Procéder à l'augmentation du capital social en une ou plusieurs fois, par incorporation de primes, réserves ou bénéfices pour un montant nominal maximal de 2 350 000 euros, cette autorisation étant donnée pour 26 mois. - Procéder, en une ou plusieurs fois, à l'augmentation du capital social de la Société pour un montant nominal maximal de 20 000 euros, par émission d'actions réservées aux salariés de la Société et de ses filiales, cette autorisation étant donnée pour une durée de 26 mois. 	Aucune de ces délégations n'a été utilisée au cours de l'exercice écoulé

L'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2004 a également autorisé le Directoire à :

- procéder à des opérations d'achat d'actions de la Société sur le marché dans la limite d'un montant maximal global de 439 201 520 euros, cette autorisation ayant une durée de validité de 18 mois, en vue notamment, de l'annulation desdites actions, cette même assemblée ayant voté une résolution, de même durée, en ce sens.

Le Directoire n'a pas fait usage de ces délégations au cours de l'exercice écoulé.

Un nouveau programme de rachat d'actions ainsi qu'une résolution visant à permettre l'annulation des titres ainsi rachetés seront soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale Mixte du 11 mai 2005, pour une durée de validité de 18 mois. Une note d'information sera, préalablement à cette Assemblée, déposée pour enregistrement auprès de l'Autorité des marchés financiers.

L'Assemblée se prononcera également sur des résolutions autorisant le Directoire à :

- augmenter le capital social par émission, avec maintien du droit préférentiel de souscription, d'actions et/ou de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société et/ou l'émission de valeurs mobilières donnant droit à l'attribution de titres de créance, pour un montant nominal maximal de 2 000 000 euros.

Une autorisation de même objet, sans droit préférentiel de souscription, sera sollicitée pour un montant nominal maximal identique ; une délégation sera également demandée aux fins d'autoriser le Directoire à augmenter le nombre de titres à émettre, dans la limite de 15 % de l'émission initiale et au même prix retenu pour celui de l'émission initiale, dans le cadre d'augmentations de capital avec ou sans droit préférentiel de souscription ;

- émettre des actions sans droit préférentiel de souscription, dans la limite de 10 % du capital social, en rémunération d'apports en nature portant sur des titres de capital ou des valeurs mobilières donnant accès au capital ;
- procéder à l'augmentation de capital par incorporation de primes, réserves, bénéfices ou autres pour un montant nominal maximal de 2 000 000 euros ;
- procéder à l'augmentation de capital social par émission d'actions réservées aux adhérents d'un plan d'épargne d'entreprise, à hauteur d'un montant nominal maximal de 20 000 euros ;
- consentir des options de souscription ou d'achat d'actions au profit des salariés ou mandataires sociaux du Groupe ou de certains

d'entre eux dans la limite de 4 % du capital social au jour de l'Assemblée ;

- procéder à des attributions gratuites d'actions existantes ou à émettre au profit des salariés ou mandataires sociaux du Groupe ou de certains d'entre eux dans la limite de 0,5 % du capital social au jour de l'Assemblée ;

l'ensemble des augmentations de capital résultant de ces opérations s'inscrivant dans la limite d'un plafond nominal maximal global de 2 000 000 euros et ces délégations privant d'effet, à hauteur le cas échéant, de la partie non utilisée, toute délégation antérieure de même objet et étant données pour une durée de 26 mois.

Informations relatives à la dilution potentielle du capital de la Société

Nature des instruments potentiellement dilutifs	Dates d'attribution	Prix d'exercice (en euros)	Bénéficiaires	Nombre d'options attribuées	Période de levée
Options de souscription d'actions au bénéfice du personnel et des dirigeants (chaque option donne droit à la souscription d'une action)	21 juin 2001	16,50	Personnel et dirigeants de la Société, de ses filiales, et de JCDecaux Holding	3 283 684	- À partir du 21 juin 2002 pour 1/3 - À partir du 21 juin 2003 pour 2/3 - À partir du 21 juin 2004 pour la totalité
	20 juillet 2001	15,46	Personnel et dirigeants de la Société, de ses filiales, et de JCDecaux Holding	479 024	- À partir du 20 juillet 2002 pour 1/3 - À partir du 20 juillet 2003 pour 2/3 - À partir du 20 juillet 2004 pour la totalité
	14 décembre 2001	11,12	Personnel et dirigeants de la Société, de ses filiales, et de JCDecaux Holding	340 996	- À partir du 14 décembre 2002 pour 1/3 - À partir du 14 décembre 2003 pour 2/3 - À partir du 14 décembre 2004 pour la totalité
	13 décembre 2002	10,67	Dirigeants de la Société	88 096	- À partir du 13 décembre 2003 pour 1/3 - À partir du 13 décembre 2004 pour 2/3 - À partir du 13 décembre 2005 pour la totalité
	16 janvier 2003	10,78	Personnel et dirigeants de la Société, de ses filiales, et de JCDecaux Holding	209 546	- À partir du 16 janvier 2004 pour 1/3 - À partir du 16 janvier 2005 pour 2/3 - À partir du 16 janvier 2006 pour la totalité
	5 mars 2004	15,29	Personnel et dirigeants de la Société, de ses filiales, et de JCDecaux Holding	678 711	- À partir du 5 mars 2005 pour 1/3 - À partir du 5 mars 2006 pour 2/3 - À partir du 5 mars 2007 pour la totalité
				5 080 057	

Au 31 décembre 2004, 392 909 options avaient été exercées.

Compte tenu des options ainsi exercées et des options annulées, il restait à cette même date, 3 868 161 options à exercer.

Si ces options restantes sont exercées en totalité, le personnel de la Société, de ses filiales et de JCDecaux Holding détiendra, en tenant compte des options exercées au 31 décembre 2004, environ 1,89 % des actions de la Société (hors FCPE).

Évolution du capital de la Société au cours des cinq dernières années

Date	Opération	Nombre d'actions émises	Montant nominal de l'augmentation de capital en euros	Prime d'émission par action en euros	Montant cumulé de la prime d'émission en euros	Montant successifs du capital en euros	Nombre cumulé d'actions	Valeur nominale en euros
20 juin 2000	Conversion du capital en euros	-	-	-	-	2 606 223	170 957	15,2449 ⁽¹⁾
9 octobre 2000	Division de la valeur nominale des actions	170 786 043	-	-	-	2 606 223	170 957 000	⁽¹⁾
11 octobre 2000	Augmentation de capital en rémunération des apports de la société Média Communication Publicité Extérieure	7 000	107	27,32	191 244,09	2 606 330	170 964 000	⁽¹⁾
11 octobre 2000	Augmentation de capital en rémunération d'apports de titres de filiales	5 223 464	79 631,19	30,99	161 869 516,01	2 685 961,19	176 187 464	⁽¹⁾
11 octobre 2000	Augmentation de capital par incorporation de réserves	-	0,81	-	-	2 685 962	176 187 464	⁽¹⁾
23 mars 2001	Augmentation de capital en rémunération des apports des sociétés RPMU et JCDS	2 694 700	41 081	56,97	153 530 088,60	2 727 043	178 882 164	⁽¹⁾
21 juin 2001	Augmentation de capital résultant de l'introduction en Bourse	42 424 242	646 753,87	16,485	699 353 239,13	3 373 796,87	221 306 406	⁽¹⁾
28 juin 2001	Augmentation de capital réservée aux salariés (PEG)	294 354	4 487,40	13,185	3 880 985,40	3 378 284,27	221 600 760	⁽¹⁾
30 juin 2004	Augmentation de capital liée aux levées d'options de souscription d'actions	20 010	305,05	15,12	302 474,81	3 378 589,32	221 620 770	⁽¹⁾
31 décembre 2004	Augmentation de capital liée aux levées d'options de souscriptions d'actions	372 899	5 684,81	15,66	5 840 738,71	3 384 274,13	221 993 669	⁽¹⁾

(1) Lors de la conversion du capital en euros, l'expression de la valeur nominale des actions a été supprimée des statuts.

Évolution de l'actionariat de la Société au cours des trois dernières années

Actionnaires	31 décembre 2002			31 décembre 2003			31 décembre 2004		
	Nombre d'actions	% de capital	% des droits de vote	Nombre d'actions	% de capital	% des droits de vote	Nombre d'actions	% de capital	% des droits de vote
JCDecaux Holding	154 062 745	69,523	69,585	154 062 745	69,523	69,585	155 056 745	69,847	69,91
Public	61 617 699	27,805	27,830	61 614 797	27,804	27,830	62 118 856	27,982	28,007
<i>Dont Artisan International Fund</i>	6 949 356	3,14	3,14	6 949 356	3,14	3,14	7 197 284	3,24	3,24
Jean-François Decaux	2 436 179	1,100	1,100	2 436 179	1,100	1,100	1 796 179	0,809	0,81
Jean-Charles Decaux	2 066 210	0,932	0,933	2 066 210	0,932	0,933	1 712 210	0,771	0,772
Jean-Sébastien Decaux	858 324	0,387	0,388	858 324	0,387	0,388	768 824	0,346	0,347
FCPE JCDecaux Développement	274 400	0,124	0,125	266 300	0,120	0,120	248 900	0,112	0,112
Actions auto-détenues	200 000	0,090	0	200 000	0,090	0	200 000	0,090	0
Jean-Pierre Decaux	31 723	0,014	0,014	31 723	0,014	0,014	31 723	0,014	0,014
Robert Caudron	23 670	0,011	0,011	23 670	0,011	0,011	19 420	0,009	0,009
Annick Piraud	18 572	0,008	0,008	18 572	0,008	0,008	18 572	0,008	0,008
Jean-Claude Decaux	8 175	0,004	0,004	8 175	0,004	0,004	8 175	0,004	0,004
Danielle Decaux	3 059	0,001	0,001	3 059	0,001	0,001	3 059	0,001	0,001
Christian Blanc	2	-	-	2	-	-	2	-	-
Pierre-Alain Pariente	2	-	-	2	-	-	2	-	-
Xavier de Sarrau	-	-	-	11 000	0,005	0,005	11 000	0,005	0,005
Lothar Späth	-	-	-	2	-	-	2	-	-
Total	221 600 760	100 %	100 %	221 600 760	100 %	100 %	221 993 669	100 %	100 %

2. OPTIONS DE SOUSCRIPTION D' ACTIONS

L'Assemblée Générale Mixte des actionnaires du 23 mai 2002 a autorisé le Directoire, pour une durée de 38 mois à compter de la date de cette Assemblée, à consentir des options donnant droit à la souscription d'actions de la Société à émettre dans la limite de 3 % du capital social au bénéfice des membres du personnel salarié de la Société et des sociétés françaises et étrangères détenues au moins à 50 % par la Société, et au bénéfice des salariés de JCDecaux Holding. Cette autorisation s'est substituée à celle donnée par l'Assemblée Générale du 23 mars 2001.

Dans le cadre de l'autorisation donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 23 mars 2001, 4 103 704 options de souscription d'actions ont été attribuées par le Directoire à 6 254 collaborateurs, au cours de l'exercice 2001.

Dans le cadre de l'autorisation donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 23 mai 2002 :

- au cours de l'exercice 2002, 88 096 options ont été attribuées à 2 membres du Directoire ;
- au cours de l'exercice 2003, 209 546 options ont été attribuées à 20 collaborateurs ;
- au cours de l'exercice 2004, 678 711 options ont été attribuées à 120 collaborateurs.

Attributions et levées d'options de souscription d'actions de l'année 2004

Options de souscription d'actions consenties aux mandataires sociaux et levées par ces derniers	Nombre d'options	Prix en euros	Date d'échéance	Plan
Options consenties durant l'exercice aux mandataires sociaux (attribution du 5 mars 2004)				
- Jeremy Male	62 491	15,29	5 mars 2011	23 mai 2002
- Robert Caudron	40 909	15,29	5 mars 2011	23 mai 2002
- Gérard Degonse	35 513	15,29	5 mars 2011	23 mai 2002
Options levées par les mandataires sociaux durant l'exercice	néant			

Attribution et exercice des options de souscription d'actions aux salariés non mandataires sociaux	Nombre d'options attribuées/souscrites	Prix moyen pondéré en euros	Date d'échéance	Plan
Options consenties durant l'exercice aux dix salariés de la Société et de toute société comprise dans le périmètre d'attribution dont le nombre d'options consenties est le plus élevé (attribution du 5 mars 2004)				
	124 972	15,29	5 mars 2011	23 mai 2002
Options levées par les dix salariés de la Société et des sociétés comprises dans le périmètre d'attribution dont le nombre d'options souscrites aux cours de l'exercice est le plus élevé				
	158 457	15,11		

Tableau récapitulatif des principales conditions d'attribution des plans de stock-options 2001 et 2002

	Plan 2001	Plan 2002
Date des Assemblées Générales extraordinaires autorisant les plans d'options	23 mars 2001	23 mai 2002
Dates d'attribution des options	21 juin, 20 juillet et 14 décembre 2001	13 décembre 2002 16 janvier 2003 5 mars 2004
Nombre global de bénéficiaires au titre de l'ensemble des attributions	6 254	120
Types d'options	Options de souscription	Options de souscription
Total d'actions sous options attribuées	4 103 704	976 353
- dont mandataires sociaux	250 919	227 009
- dont dix premiers salariés	183 485	256 638
Point de départ d'exercice des options	<p>Bénéficiaires au titre d'un contrat de travail avec une société française :</p> <ul style="list-style-type: none"> • aucune option ne pourra être levée avant le premier anniversaire de la date de la réunion du Directoire ayant attribué les options ; • chaque bénéficiaire pourra exercer jusqu'à un tiers des options qui lui ont été attribuées à la date du premier anniversaire de la date de la réunion du Directoire ayant attribué les options. Un délai d'incessibilité de trois ans s'applique aux actions ainsi acquises ; • chaque bénéficiaire pourra exercer jusqu'à deux tiers des options qui lui ont été attribuées à la date du deuxième anniversaire de la date de la réunion du Directoire ayant attribué les options. Un délai d'incessibilité de deux ans s'applique aux actions ainsi acquises ; • chaque bénéficiaire pourra exercer la totalité des options qui lui ont été attribuées à compter de la date du troisième anniversaire, et ce, jusqu'à la date du septième anniversaire de la date de la réunion du Directoire ayant attribué les options. Un délai d'incessibilité d'un an s'applique aux actions ainsi acquises. <p>Bénéficiaires au titre d'un contrat de travail avec une société étrangère :</p> <ul style="list-style-type: none"> • aucune option ne pourra être levée avant le premier anniversaire de la décision du Directoire attribuant les options ; • chaque bénéficiaire pourra exercer jusqu'à un tiers des options qui lui ont été attribuées à la date du premier anniversaire de la décision du Directoire attribuant les options ; • chaque bénéficiaire pourra exercer jusqu'à deux tiers des options qui lui ont été attribuées à la date du deuxième anniversaire de la décision du Directoire attribuant les options ; • chaque bénéficiaire pourra exercer jusqu'à la totalité des options qui lui ont été attribuées à compter de la date du troisième anniversaire et ce, jusqu'à la date du septième anniversaire de la décision du Directoire attribuant les options. 	<p>Bénéficiaires au titre d'un contrat de travail avec une société française :</p> <ul style="list-style-type: none"> • aucune option ne pourra être levée avant le premier anniversaire de la date de la réunion du Directoire ayant attribué les options ; • chaque bénéficiaire pourra exercer jusqu'à un tiers des options qui lui ont été attribuées à la date du premier anniversaire de la date de la réunion du Directoire ayant attribué les options. Un délai d'incessibilité de trois ans s'applique aux actions ainsi acquises ; • chaque bénéficiaire pourra exercer jusqu'à deux tiers des options qui lui ont été attribuées à la date du deuxième anniversaire de la date de la réunion du Directoire ayant attribué les options. Un délai d'incessibilité de deux ans s'applique aux actions ainsi acquises ; • chaque bénéficiaire pourra exercer la totalité des options qui lui ont été attribuées à compter de la date du troisième anniversaire, et ce, jusqu'à la date du septième anniversaire de la date de la réunion du Directoire ayant attribué les options. Un délai d'incessibilité d'un an s'applique aux actions ainsi acquises. <p>Bénéficiaires au titre d'un contrat de travail avec une société étrangère :</p> <ul style="list-style-type: none"> • aucune option ne pourra être levée avant le premier anniversaire de la décision du Directoire attribuant les options ; • chaque bénéficiaire pourra exercer jusqu'à un tiers des options qui lui ont été attribuées à la date du premier anniversaire de la décision du Directoire attribuant les options ; • chaque bénéficiaire pourra exercer jusqu'à deux tiers des options qui lui ont été attribuées à la date du deuxième anniversaire de la décision du Directoire attribuant les options ; • chaque bénéficiaire pourra exercer jusqu'à la totalité des options qui lui ont été attribuées à compter de la date du troisième anniversaire et ce, jusqu'à la date du septième anniversaire de la décision du Directoire attribuant les options.
Date d'expiration	7 ans à compter de leur date d'attribution	7 ans à compter de leur date d'attribution
Prix de souscription d'actions pour les options attribuées	<ul style="list-style-type: none"> - le 21 juin 2001 : 16,50 euros - le 20 juillet 2001 : 15,46 euros - le 14 décembre 2001 : 11,12 euros 	<ul style="list-style-type: none"> - le 13 décembre 2002 : 10,67 euros - le 16 janvier 2003 : 10,78 euros - le 5 mars 2004 : 15,29 euros

3. PERSONNES MORALES DÉTENANT LE CONTRÔLE DE LA SOCIÉTÉ

Le principal actionnaire de la société est la société JCDecaux Holding, majoritairement détenue par la famille Decaux et dont l'objet social est principalement l'animation stratégique des sociétés dans lesquelles elle détient une participation.

Au 31 décembre 2004, le capital social de la société JCDecaux Holding était réparti de la façon suivante :

Actionnaires	Nombre d'actions	
	Pleine propriété	Nue propriété
Jean-Claude Decaux	30	-
Jean-François Decaux	103 935	-
JFD Investissement	117 000	-
JFD Participations		429 000 ⁽¹⁾
Jean-Charles Decaux	45 435	604 500 ⁽¹⁾
Jean-Sébastien Decaux	45 435	604 500 ⁽¹⁾
Jean-Pierre Decaux	65	-
Robert Caudron	65	-
Danielle Decaux	35	-
Sous-total	312 000	1 638 000
Total		1 950 000

(1) M. Jean-Claude Decaux détient l'usufruit de ces actions.

4. NANTISSEMENTS, GARANTIES ET SÛRETÉS

Au 31 décembre 2004, il n'existe pas de nantissement, garantie ou sûreté significatifs sur les actions de la Société.

5. DIVIDENDES

La Société n'a pas distribué de dividendes au titre des cinq derniers exercices. Le Groupe suit aujourd'hui une politique de développement qui vise en priorité la croissance organique par le gain et le renouvellement de contrats publicitaires, puis la croissance externe (acquisitions et rachats d'intérêts minoritaires). S'il s'avérait que les cash flows dégagés sur une période donnée étaient largement supérieurs aux besoins de financement identifiés ci-dessus, JCDecaux pourrait alors envisager de distribuer des dividendes.

Les dividendes non réclamés sont prescrits au profit de l'État à l'issue d'un délai de cinq ans à compter de la date de leur mise en paiement.

AUTRES INFORMATIONS JURIDIQUES

1. GÉNÉRALITÉS

Dénomination sociale	JCDecaux SA
Siège social	17, rue Soyer 92200 Neuilly-sur-Seine
Principal siège administratif	Ste Apolline 78378 Plaisir Cedex
Registre du commerce et des sociétés	N° 307 570 747 (Nanterre)
Forme juridique	Société Anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance
Législation applicable	Législation française
Date de constitution	5 juin 1975
Date d'expiration	5 juin 2074 (sauf cas de dissolution anticipée ou de prorogation)
Exercice social	du 1 ^{er} janvier au 31 décembre

1.1 Objet social

La Société a pour objet, en France et à l'étranger (article 2 des statuts) :

- l'étude, l'invention, la mise au point, la fabrication, la réparation, le montage, l'entretien, la location et la vente de tous articles ou appareils à destination industrielle ou commerciale, plus spécialement la fabrication, le montage, l'entretien, la vente et l'exploitation de tous mobiliers urbains et supports publicitaires ou non, sous toutes formes, et toutes prestations de services, de conseils et de relations publiques ;
- directement ou indirectement, le transport public routier de marchandises et la location de véhicules pour le transport routier de marchandises ;
- la régie publicitaire, la commercialisation d'espaces publicitaires figurant sur tout équipement de mobilier urbain, panneaux publicitaires ainsi que sur tout autre support, notamment les enseignes lumineuses, les façades, la télévision, la radio, l'Internet et tout autre média, la réalisation pour le compte de tiers de toutes opérations de vente, location, affichage, mise en place et entretien de matériels publicitaires et mobiliers urbains ;
- la gestion d'un patrimoine de valeurs mobilières se rapportant plus particulièrement à la publicité, notamment à la publicité par affichage, effectuer avec ses disponibilités tout placement en valeurs mobilières, notamment par acquisition ou souscription d'actions, de parts sociales, d'obligations, de bons de caisse ou d'autres valeurs mobilières émises par les sociétés françaises ou étrangères, et se rapportant plus particulièrement à la publicité ;
- et plus généralement, toutes opérations financières, commerciales, mobilières ou immobilières pouvant se rattacher directement ou indirectement à l'objet social, ou susceptibles d'en faciliter l'extension ou le développement.

Notamment, la Société peut organiser un système de gestion centralisée de trésorerie avec des sociétés ayant avec elle, directement et/ou indirectement, des liens de capital social en vue de favoriser la gestion optimale du recours au crédit, comme du placement des excédents de trésorerie, et ce, par tout moyen conforme à la législation en vigueur au jour de l'application de ce système.

1.2 Consultation des documents juridiques

Conformément à la réglementation applicable, l'ensemble des documents juridiques de la Société devant être mis à la disposition des actionnaires, peut être consulté au siège social :
17, rue Soyer, 92200 Neuilly-sur-Seine.

2. HISTORIQUE

1964 : Jean-Claude Decaux invente le concept de mobilier urbain et fonde la société JCDecaux. Premier contrat de mobilier urbain à Lyon.

Années 70 : Le Groupe s'implante au Portugal et en Belgique.

1972 : Premiers mobiliers urbains pour l'information (MUPI®). Contrat de mobilier urbain de la ville de Paris.

1973 : Lancement de la campagne publicitaire de courte durée (sept jours).

Années 80 : Expansion en Europe, en Allemagne (Hambourg), aux Pays-Bas (Amsterdam) et en Europe du Nord.

1980 : Installation des premiers sanitaires publics automatiques à Paris.

1981 : Premiers journaux électroniques d'information (JEI).

1988 : Naissance du "Senior®", premier mobilier urbain grand format de 8 m².

Années 90 : JCDecaux est présent sur trois continents, en Europe, aux États-Unis et en Asie-Pacifique.

1994 : Premier contrat de mobilier urbain à San Francisco.

1998 : JCDecaux étend le concept de mobilier urbain aux centres commerciaux aux États-Unis.

1999 : Acquisition d'Avenir et diversification de l'activité du Groupe dans l'Affichage grand format et la Publicité dans les transports. JCDecaux devient un leader mondial de la communication extérieure.

2001 : Partenariat avec Gewista en Europe centrale et IGPDecaux en Italie. JCDecaux devient n° 1 de l'Affichage en Europe. JCDecaux remporte les contrats de Los Angeles et de Chicago aux États-Unis.

2002 : JCDecaux signe le contrat de Chicago aux États-Unis et remporte, en partenariat avec Viacom, l'appel d'offres de la ville de Vancouver au Canada.

2003 : JCDecaux porte à 67 % sa participation dans la société Gewista, acteur majeur de la communication extérieure en Autriche.

2004 : JCDecaux renouvelle le contrat pour le mobilier urbain de la Communauté Urbaine de Lyon. En Asie-Pacifique, le Groupe signe le premier contrat exclusif d'abribus publicitaires à Yokohama, deuxième ville du Japon, et remporte le contrat destiné à gérer les espaces publicitaires des aéroports de Shanghai, en partenariat avec ces derniers.

3. STATUTS

3.1 Répartition des bénéfices

Sur le bénéfice net distribuable, après dotation de la réserve légale, il est prélevé toute somme que l'Assemblée Générale décidera de

reporter à nouveau sur l'exercice suivant ou d'affecter à la création de tous fonds de réserve extraordinaire, de prévoyance ou autre, avec une affectation spéciale ou non. Le surplus est réparti entre tous les actionnaires, au prorata de leurs droits dans le capital. À l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire du 23 mai 2002, qui a approuvé les comptes pour l'exercice clos le 31 décembre 2001, la réserve légale était entièrement dotée.

3.2 Assemblées Générales

Les Assemblées Générales sont convoquées et délibèrent dans les conditions prévues par la loi. Elles sont réunies au siège social ou en tout autre lieu en France.

L'Assemblée Générale se compose de tous les actionnaires, quel que soit le nombre de leurs actions, pourvu qu'elles aient été libérées des versements exigibles.

Le droit d'assister, ou de se faire représenter, à l'Assemblée est subordonné à l'identification de l'actionnaire, cinq jours francs au moins avant la date de réunion de l'Assemblée. Toutefois, le Directoire a la faculté, par voie de mesure générale, de réduire ce délai.

Les actionnaires titulaires d'actions au porteur devront avoir déposé leurs actions, le certificat de dépôt ou le certificat d'immobilisation, au lieu indiqué dans l'avis de convocation au minimum cinq jours francs avant la date de l'Assemblée.

L'intermédiaire qui a satisfait aux obligations prévues à l'article L.228-1 du Code de Commerce peut, en vertu d'un mandat général de gestion des titres, transmettre pour une Assemblée, le vote ou le pouvoir d'un propriétaire d'actions. Avant de transmettre des pouvoirs ou des votes en Assemblée Générale, l'intermédiaire est tenu, à la demande de la Société ou de son mandataire, de fournir notamment la liste des propriétaires non résidents des actions auxquelles ces droits de vote sont attachés. Cette liste est fournie dans les conditions prévues, selon le cas, aux articles L.228-2 ou L.228-3 du Code de Commerce.

Le vote ou le pouvoir émis par un intermédiaire qui, soit ne s'est pas déclaré comme tel, soit n'a pas révélé l'identité des propriétaires des titres, ne peut être pris en compte.

Les Assemblées sont présidées par le Président du Conseil de Surveillance ou, en son absence, par le Vice-Président du Conseil de Surveillance ou, en cas d'absence de ce dernier par un membre du Conseil de Surveillance spécialement délégué à cet effet par le Conseil de Surveillance. À défaut, l'Assemblée élit elle-même son président.

Chaque action donne droit à une seule voix. Il n'existe pas d'actions à droit de vote double, lequel n'est pas autorisé par les statuts.

3.3 Franchissements de seuils

Outre les déclarations de franchissement de seuils qui doivent être effectuées dans les conditions prévues à l'article L.233-7 1^{er} et 2^e alinéas du Code de Commerce, l'article 9 des statuts prévoit notamment que toute personne physique ou morale, agissant seule ou de concert, venant à détenir, directement ou indirectement, par l'intermédiaire d'une ou plusieurs personnes morales qu'elle contrôle au sens de l'article L.233-3 du Code de Commerce un nombre d'actions représentant un pourcentage égal ou supérieur à 2 % du capital ou des droits de vote, puis à toute tranche supplémentaire de 1 % du capital, y compris au-delà des seuils de déclarations prévus par les dispositions légales et réglementaires, doit informer la Société du nombre total d'actions ou de droits de vote qu'elle possède, ainsi que des titres donnant accès à terme au capital et aux droits de vote qui y sont potentiellement attachés, par lettre recommandée avec accusé de réception, dans un délai de cinq jours de bourse à compter du franchissement de seuil.

L'obligation d'informer la Société s'applique également lorsque la participation de l'actionnaire en capital ou en droits de vote devient inférieure à chacun des seuils mentionnés ci-dessus.

À défaut d'avoir été régulièrement déclarées, les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée conformément aux dispositions statutaires et/ou légales identifiées ci-dessus, sont privées du droit de vote pour toute assemblée d'actionnaires qui se tiendrait jusqu'à l'expiration d'un délai de deux ans suivant la date de régularisation de la notification à la demande, dans le cas des dispositions statutaires, consignée dans le procès-verbal de l'Assemblée Générale, d'un ou de plusieurs actionnaires détenant au moins 5 % du capital ou des droits de vote de la Société.

4. FACTEURS DE RISQUES

4.1 Risque de marché

4.1.1 Risques liés à l'activité et politique de gestion de ces risques

Par son activité, le Groupe peut être plus ou moins exposé aux risques de marché. Son objectif est de minimiser ces risques, par le choix de politiques financières adaptées. Cependant, il peut être amené à gérer des positions résiduelles. Le suivi et la gestion s'effectuent alors de manière centralisée, par une équipe dédiée au sein de la Direction Financière Groupe. Les politiques de gestion de ces risques et les stratégies de couvertures sont approuvées par la Direction Générale.

Risque de liquidité et financement

Le Groupe génère des flux d'exploitation importants qui lui permettent d'autofinancer sa croissance interne. L'endettement net du Groupe n'est apparu qu'en 1999, suite à l'acquisition du pôle Avenir. Le Groupe estime que les opportunités de croissance externe pourraient le conduire à augmenter cet endettement net.

La dette à long terme du Groupe est notée par Moody's et Standard & Poor's depuis l'été 2000.

La politique de financement du Groupe consiste à :

- centraliser ses financements au niveau de la maison mère. Le financement des filiales se fait donc, en priorité, sous forme de prêts accordés par JCDecaux SA à ses filiales directes et indirectes. Cependant, le Groupe peut être amené à mettre en place des financements externes dans certaines des filiales, notamment (i) dans un contexte fiscal et monétaire défavorable (retenue à la source, conditions d'intérêts on-shore et off-shore, etc.) ; (ii) dans le cas de filiales non détenues à 100 % par le Groupe ; (iii) pour des raisons historiques (financement mis en place avant intégration de la filiale dans le Groupe) ;
- disposer de sources de financements (i) diversifiées, afin notamment de ne pas dépendre exclusivement du marché bancaire ; (ii) de maturité moyen et long terme, en relation avec la durée moyen et long terme de ses actifs ; (iii) flexibles, pour absorber les variations dans l'endettement net du Groupe ;
- disposer en permanence d'une réserve de liquidités sous la forme de lignes de crédit confirmées non utilisées ;
- minimiser le risque de renouvellement de ses financements, en étalant leurs échéances annuelles ;
- optimiser les marges de financement en renouvelant par anticipation des dettes proches de leur échéance ou refinançant certains financements en cas de conditions de marché favorables ;
- optimiser le coût de dette nette, en recyclant au maximum la trésorerie excédentaire générée par les différentes entités du Groupe, en particulier en la remontant en priorité au niveau de JCDecaux SA sous forme de prêt ou de versement de dividendes.

Risque de taux d'intérêt

De par son endettement, le Groupe est exposé aux fluctuations des taux d'intérêt, notamment euro et dollar américain. Compte tenu de la forte corrélation qui existe entre le marché publicitaire et l'activité économique des pays dans lesquels le Groupe exerce ses activités, la politique du Groupe est de se financer pour l'essentiel à taux variable. Dans le passé, le Groupe a été amené à couvrir son risque de taux d'intérêt de manière ponctuelle et partielle et entend faire de même dans le futur en fonction du niveau de sa dette et de ses anticipations concernant l'évolution future des taux d'intérêt à court terme. Les couvertures sont principalement centralisées sur JCDecaux SA.

Risque de change

En dépit de sa présence dans 45 pays, le Groupe est peu sensible aux variations des devises car les filiales situées dans chaque pays n'opèrent que sur leur propre territoire et les prestations ou achats intragroupe sont faibles. En revanche, la monnaie de consolidation du Groupe étant l'euro, les comptes du Groupe sont impactés par les effets de conversion des comptes exprimés en devise locale vers les comptes consolidés exprimés en euros.

En 2004, le chiffre d'affaires réalisé dans des devises autres que l'euro a représenté 35 % du chiffre d'affaires du Groupe.

Lorsque des opérations de couverture de change s'avèrent nécessaires, la politique du Groupe est de centraliser ces opérations. Ainsi, JCDecaux SA, pour couvrir ses opérations de financement libellées dans une devise autre que l'euro, met en place des couvertures de change.

4.1.2 Risques induits par la gestion financière

Risques liés à l'utilisation de produits dérivés de taux et de change

Le Groupe n'utilise des produits dérivés qu'à des fins de couverture des risques de taux d'intérêt et de change et de manière centralisée.

Risques liés à la notation de crédit

Le Groupe est noté " Baa2 " par Moody's et " BBB " par Standard and Poor's. Les principales sources de financements du Groupe (financements levés par la maison mère) ainsi que les contrats de ses principales opérations de couverture ne sont pas sujets à annulation anticipée en cas de dégradation de la notation du Groupe.

Cependant, une dégradation de cette notation aurait un impact sur le coût de l'une de ses deux sources principales de financement (ligne de crédit mise en place en 2003). En effet, si la notation du Groupe venait à être dégradée, la marge applicable pourrait être augmentée, comme indiqué dans les Commentaires sur les comptes consolidés (voir chapitre 10.1, page 49).

Risques de contrepartie

Les risques de contrepartie du Groupe sont liés au placement des excédents de trésorerie des filiales auprès des banques et aux opérations financières, principalement sur JCDecaux SA (via ses lignes de crédit confirmées non utilisées et les opérations de couverture engagées). La politique du Groupe est de minimiser ce risque (i) en minimisant ces excédents de trésorerie aux bornes du Groupe via sa politique de recyclage interne, le risque de contrepartie résiduel étant géré en n'autorisant l'ouverture de comptes bancaires qu'auprès de banques de premier ordre et (ii) en concluant ces opérations financières avec des banques également de premier ordre.

Risques sur titres

Pour rémunérer sa trésorerie excédentaire, le Groupe peut être amené à souscrire des valeurs mobilières de placement. Les titres investis sont des titres monétaires (FCP et SICAV monétaires non sensibles ; certificats de dépôts de banque de premier ordre ; titres d'État court terme, etc.). Ces instruments sont investis à court terme, portent rémunération sur la base d'une référence monétaire, sont liquides et n'induisent qu'un risque de contrepartie limité, comme indiqué ci-dessus.

La politique du Groupe est de ne pas détenir d'actions ou de titres négociables, autres que les titres monétaires et ses propres actions. Par conséquent, le Groupe considère que les risques induits par les actions et titres négociables détenus sont très faibles.

4.2 Risques spécifiques liés à l'activité

Dépendance à l'égard des dirigeants

Le Groupe est extrêmement lié à certains dirigeants clés, notamment M. Jean-François Decaux et M. Jean-Charles Decaux, tous deux membres du Directoire et Co-Directeurs Généraux du Groupe, et M. Jean-Claude Decaux, Président du Conseil de Surveillance et fondateur du Groupe. La perte d'un de ces dirigeants clés, quelle qu'en soit la raison, pourrait affecter durablement la performance financière du Groupe.

4.3 Risques juridiques

Risques liés aux contrats de droit public

La conclusion de contrats de droit public avec les collectivités locales françaises et celles d'autres pays est régie par une réglementation complexe. En France, ces contrats sont soumis au contrôle de légalité des préfets, conformément aux règles de droit public. Par ailleurs, les tiers ayant intérêt à agir ont la faculté de contester la validité de ces contrats en invoquant une éventuelle violation de la réglementation applicable en matière de marchés publics. Dans le passé, le Groupe a été confronté à un certain nombre de demandes d'annulation de ses contrats et a, lui-même, exercé de tels recours contre ses concurrents dans différents pays. Certains contrats ont été annulés suite à de telles procédures.

À titre d'exemple, le Groupe a été informé de l'intention de la ville de Madrid de mettre fin au contrat des horloges obtenu par sa filiale Planigrama. À ce jour, aucune action judiciaire n'a été engagée à ce titre par la ville. Le Groupe considère que, dans l'hypothèse d'une évolution défavorable de cette situation conduisant à la résiliation du contrat, il aurait la possibilité d'obtenir une indemnité compensatrice au moins égale au montant des investissements réalisés.

De plus, en droit français, toute administration ou autorité locale qui est partie à un contrat de droit public peut le résilier à tout moment, en tout ou partie, pour des raisons d'intérêt général, que ce droit à résiliation soit prévu ou non au contrat. L'indemnisation qui est alors légalement due au cocontractant ne couvre pas nécessairement la totalité des dépenses d'investissements et des pertes d'exploitation. En pratique, une telle résiliation pourrait avoir un impact négatif sur la couverture territoriale du réseau du Groupe ou sur son image. Bien que dans le passé le Groupe ait rarement été confronté à la résiliation d'un de ses contrats au motif de l'intérêt général, il ne peut garantir que cette situation perdurera dans le futur.

Le Groupe a mis en place des règles internes en matière de procédures relatives aux contrats de droit public qui sont appliquées systématiquement dans la conduite de son activité. Bien que le Groupe estime qu'il s'est, ainsi que ses dirigeants, conformé à la réglementation en vigueur, l'application des règles de passation des marchés publics et de la réglementation qui y est liée est complexe dans certains pays, notamment en France, et nécessite souvent l'interpréta-

tion difficile des faits et de la réglementation qui s'y rapporte ; la possibilité que le Groupe soit éventuellement impliqué dans des procédures juridiques, relatives à l'application de la réglementation en vigueur, doit être prise en compte.

Par ailleurs, tant dans le cadre des procédures d'attribution de marchés à venir que dans le cadre de renouvellements de contrats existants, le Groupe pourrait procéder, dès la signature des contrats, à des investissements supérieurs à ceux qu'il a réalisés par le passé, ou être amené à reverser une part plus importante de ses recettes publicitaires aux concédants. Si le Groupe n'a pas la possibilité de répercuter ces coûts supplémentaires sur ses prix de vente, ses résultats pourraient en être affectés.

À titre d'exemple, du 1^{er} janvier 2005 au 31 décembre 2007, 17 % des contrats de mobilier urbain du Groupe (pondéré par le chiffre d'affaires 2004 de l'activité Mobilier Urbain, ajusté afin de tenir compte du chiffre d'affaires prévisionnel généré par les nouveaux contrats), expireront et devront être renouvelés.

En outre, si, dans le cadre de renouvellements, le Groupe perdait des concessions dans des villes clés, il pourrait avoir des difficultés à attirer des annonceurs aussi prestigieux que ses clients actuels et à fixer des tarifs en adéquation avec ses supports haut de gamme.

S'agissant des contrats de mobilier urbain publicitaire, une incertitude subsiste quant à leur qualification juridique. En effet, les marchés publics sont des contrats conclus à titre onéreux alors que les contrats de mobilier publicitaire n'entraînent pas de rémunération du co-contractant par la collectivité. Ainsi, en France et en Allemagne, certains tribunaux ont estimé que les contrats de mobilier urbain sont des contrats d'occupation du domaine public et non des marchés publics. C'est également la position retenue par le Conseil d'État français dans son rapport annuel 2002. Il devrait, dans le cadre d'une procédure contentieuse en cours, statuer sur ce point en 2005.

Risques liés à l'évolution de la réglementation applicable en matière d'affichage

Le marché de la communication extérieure fait l'objet d'une réglementation importante tant au niveau local que national, particulièrement en Europe et aux États-Unis, en ce qui concerne la densité, la taille et l'implantation des supports d'affichage et du mobilier urbain en agglomération et hors agglomération, ainsi que les messages publicitaires diffusés (interdiction de la publicité sur l'alcool et le tabac dans certains pays).

En France, le Code de l'Environnement (loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979) détermine les règles générales applicables à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique.

La loi autorise ce type de publicité dans les agglomérations sous réserve du respect de certaines conditions et interdit la publicité dans les zones rurales, les parcs naturels et sur les immeubles clas-

sés monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques sans autorisation préalable des autorités locales ou territoriales. Les publicités lumineuses sont soumises à une réglementation particulière en matière de taille et ne peuvent être installées qu'après autorisation communale au cas par cas. Un régime de déclaration préalable est applicable à la publicité et aux pré-enseignes en vertu d'une disposition du décret n° 96-946 du 24 octobre 1996.

S'agissant des principaux autres pays où le Groupe exerce ses activités :

- au Royaume-Uni, le domaine de la communication extérieure est réglementé par le "Town and Country Planning (Control of Advertisements) Regulations" institué en 1992. Disposant d'un schéma similaire à la réglementation française, ces règles autorisent l'affichage grand format sous réserve du respect de certaines conditions de taille, d'emplacement, de contenu et d'illumination. Toutefois, les installations en place depuis une certaine durée fixée par la loi sont considérées comme ayant une autorisation tacite. D'une manière générale, l'installation de la plupart des panneaux publicitaires requiert le consentement exprès préalable des autorités locales d'urbanisme. Les principales conditions à remplir par les annonceurs concernent la sécurité publique et l'intégration dans l'environnement local ;
- en Belgique, la réglementation en matière d'urbanisme varie selon les régions (région Wallonne : Code Wallon de l'Aménagement du Territoire, de l'Urbanisme et du Patrimoine, région Flamande : Décrets d'Aménagement du Territoire et Arrêtés d'Exécution et région de Bruxelles-Capitale : Règlement Régional d'Urbanisme) mais le système légal est sensiblement similaire. Les dispositions législatives relatives à la délivrance de permis d'urbanisme varient selon qu'il s'agisse de mobilier urbain, remplissant une fonction de service public, ou d'un autre dispositif publicitaire. Dans le premier cas, les abris sont exonérés de permis d'urbanisme tant en Flandre qu'en région bruxelloise, mais requièrent la délivrance d'un permis en Wallonie. Pour les autres dispositifs publicitaires, les autorisations sont délivrées au cas par cas selon la décision des autorités locales ;
- au Portugal, le décret-loi du 29 juillet 1976 interdit l'affichage publicitaire en dehors des agglomérations urbaines et le décret-loi du 24 avril 1998 l'interdit dès lors que la publicité est visible depuis les routes nationales. Ces deux décrets-loi soumettent l'exploitation des dispositifs publicitaires à l'obtention de licences annuelles dont la délivrance est liée au paiement de taxes. Les réglementations locales définissent les règles d'implantation des dispositifs publicitaires et les délais des licences.
- en Italie, les décrets-lois 507/93 et 285/92 établissent des règles juridiques similaires à celles en vigueur au Portugal.

Il n'existe pas, à la connaissance de la Société, de projet de législation ayant pour effet de restreindre sensiblement sa capacité à installer des dispositifs publicitaires dans les principaux pays où le Groupe exerce son activité. Les réglementations locales évoluent

toutefois vers une diminution du nombre global de dispositifs publicitaires, et les autorités locales s'orientent vers une application plus stricte des réglementations existantes. Une partie des supports publicitaires, en particulier dans le domaine de l'affichage, pourrait ainsi devoir à terme être retirée ou repositionnée, tant en France qu'à l'étranger.

Risques liés à l'évolution de la réglementation applicable aux autres médias

La mise en œuvre de la directive européenne "Télévision sans Frontières" du 3 octobre 1989 implique une ouverture progressive des médias à l'ensemble des publicités. Ainsi, en France, le décret du 7 octobre 2003 implique que soit progressivement aménagé, jusqu'au 1^{er} janvier 2007, l'accès de la grande distribution à la publicité télévisée. Cet accès pourrait avoir un impact défavorable sur la communication extérieure. Dans le passé, le Groupe est parvenu à adapter son activité au fur et à mesure de l'évolution de la réglementation. Ainsi, le chiffre d'affaires généré par la grande distribution en France a représenté 2,4 % du chiffre d'affaires consolidé du Groupe en 2004.

Risques liés à la réglementation applicable en matière de publicité sur le tabac

La lutte anti-tabac est devenue un domaine d'action important de l'Union Européenne et des actions visant à l'harmonisation de la législation ont été prises, notamment la directive 89/552 EEC modifiée par la directive 97/36/CE, sur la télévision sans frontières qui harmonise l'interdiction de la publicité sur les produits de tabac.

La publicité par affichage pour le tabac est notamment interdite en France, au Royaume-Uni, en Italie, en Finlande, au Portugal, à Hong Kong, aux Pays-Bas, en Irlande, au Danemark et en Belgique. Elle est autorisée mais soumise à des restrictions en Autriche, en Allemagne, en Espagne et en Suède.

L'activité du Groupe pourrait être affectée par l'interdiction progressive de la publicité extérieure pour le tabac en Europe qui conduirait à réduire le nombre d'annonceurs. En 2004, la publicité pour le tabac en Europe a représenté 1,4 % du chiffre d'affaires consolidé du Groupe.

Risques liés à la réglementation applicable en matière d'alcool

La Directive européenne sur les activités de diffusion télévisuelle du 30 juin 1997 réglemente la publicité relative à ces boissons. La réglementation est, dans ce cadre, très variable d'un pays à l'autre, incluant l'interdiction totale ou l'autorisation uniquement sur les points de vente. Cependant la majorité des pays a adopté des mesures législatives réglementant le contenu, la présentation – voire les moments – de telles publicités.

Ainsi, en France, la publicité pour les boissons alcoolisées est strictement encadrée par la loi Evin du 10 janvier 1991 ; elles doivent être accompagnées d'un message à caractère sanitaire précisant que l'abus d'alcool est dangereux pour la santé.

Aux États-Unis, certaines villes interdisent la publicité pour les boissons alcoolisées à proximité des écoles et des églises, d'autres villes l'interdisent purement et simplement. Les producteurs de boissons alcoolisées tentent par ailleurs d'éviter, autant que faire se peut, que cette publicité s'adresse à des personnes qui n'ont pas l'âge légal requis pour consommer de l'alcool.

Des mesures d'interdiction totale de la publicité pour les boissons alcoolisées pourraient avoir un impact négatif sur l'activité du Groupe.

Risques liés à la réglementation applicable en matière de concurrence

La politique de croissance externe du Groupe repose en partie sur l'acquisition de sociétés ayant pour activité la communication extérieure, pour lesquelles il convient généralement d'obtenir l'autorisation préalable des autorités nationales ou européennes de la concurrence.

En France, le Ministère de l'Économie a, dans le passé, imposé certaines conditions à des opérations de croissance externe. La Commission européenne ou les autorités nationales de la concurrence pourraient empêcher le Groupe de réaliser certaines acquisitions ou poser des conditions limitant la portée de telles acquisitions.

Dans le cadre de leurs activités, les sociétés du Groupe exercent ou font l'objet d'actions auprès des autorités nationales de la concurrence.

Risques liés à l'environnement

Acteur majeur de l'embellissement des villes, JCDecaux a aussi pour vocation de participer à la protection de l'environnement urbain. Le Groupe a ainsi mis en place un programme complet d'actions destinées à préserver l'environnement : conception de mobiliers dédiés à la collecte de déchets, actions de recyclage de milliers de tonnes d'affiches et réduction de la consommation en énergie, eau et matières premières, tant en aval qu'en amont de la chaîne de production.

L'audit environnemental interne réalisé en 2002 a confirmé que les activités exercées par le Groupe ne présentaient pas de caractère polluant, mais que le niveau de maîtrise des risques potentiels d'atteinte à l'environnement pouvait toutefois être amélioré. De ce fait, le Groupe s'est doté d'une cellule Environnement qui, en collaboration avec les Directions techniques des filiales, a pour vocation de mettre en application les nouvelles normes et réglementations en matière environnementale.

JCDecaux a pour ambition de satisfaire les standards internationaux les plus élevés en matière de protection de l'environnement. Ainsi, la filiale espagnole est aujourd'hui certifiée ISO 14001 pour l'ensemble de ses activités, certification qui pourra, à terme, être étendue à d'autres filiales du Groupe.

Un risque de pollution accidentelle ne peut être écarté, bien que les activités du Groupe ne l'exposent pas de façon importante à ce risque.

Litiges

Le Groupe est partie à un certain nombre de litiges liés à la conduite normale de ses activités. La spécificité des relations avec les collectivités publiques françaises et étrangères peut toutefois susciter une plus grande sensibilité aux procédures contentieuses.

Les principaux litiges en cours concernant le Groupe, pour lesquels les provisions nécessaires ont été constituées, sont les suivants :

- en mars 2000, le groupe Vivendi a assigné la filiale Avenir devant le Tribunal de Commerce de Nanterre, afin d'obtenir le remboursement de la somme de 4,8 millions d'euros que Vivendi estime due au titre du précompte résultant de la distribution, par Avenir, d'un dividende exceptionnel préalablement à la cession du pôle Avenir à JCDecaux SA en 1999. Par une décision du 27 avril 2001, le Tribunal de Commerce de Paris a donné raison à Vivendi. Il a été fait appel de cette décision. La décision d'appel est attendue prochainement ;
- Avenir est également partie à un litige avec la société SPEPP qui réclame environ 4 millions d'euros suite à la résiliation du contrat de sous-traitance de montage de palissades que celle-ci détenait avec Avenir. Un jugement du Tribunal de Commerce de Créteil du 4 mai 2004 a condamné Avenir au paiement de 200 000 euros. Il a été fait appel de cette décision ;
- la société Klein réclame environ 13 millions d'euros à JCDecaux SA suite à la réduction des volumes qu'elle détenait avec cette société. Un juge devrait prochainement être désigné ;
- la filiale G&A est partie, depuis 1995, à un litige relatif à l'utilisation d'un brevet concernant un procédé d'enlèvement de graffitis qu'elle estime inadapté à une utilisation industrielle. Le tiers qui a concédé la licence exclusive de ce brevet réclame le paiement d'environ 4 millions d'euros de dommages et intérêts et de redevances. Cette affaire devrait être jugée par le Tribunal de Grande Instance de Rennes courant 1^{er} semestre 2005 ;
- en Espagne et en France, des divergences d'application sont apparues avec certaines autorités locales sur l'exigibilité ou le montant de taxes, d'un montant cumulé d'environ 4 millions d'euros, relatives à des dispositifs publicitaires et ont débouché sur des procédures contentieuses ;
- en février 2003, le Groupe a été informé de l'ouverture d'une enquête sur de possibles actes illégaux concernant sa filiale belge JCDecaux Belgium. À la connaissance du Groupe, aucun élément n'a été retenu contre sa filiale dans le cadre de cette enquête ;
- en France, le Conseil de la Concurrence a initié une procédure à l'encontre de JCDecaux SA après avoir été saisie d'une plainte d'un concurrent pour abus de position dominante du fait de sa politique commerciale à Rennes. JCDecaux SA a été condamnée au paiement d'une amende de 700 000 euros ;
- la cession au groupe Stroër de la société polonaise Aussenwerbung Polen GmbH, détenue à 50 % par EPI, elle-même filiale à 50 % de la Société, a donné lieu à une réclamation de l'acheteur dans le cadre des garanties de passif, pour un montant total de 13,2 millions d'euros ;
- en Espagne, le Groupe a été informé de l'intention de la ville de Madrid de mettre fin au contrat des horloges obtenu par sa filiale

Planigrama. À ce jour, aucune action judiciaire n'a été engagée à ce titre par la ville. Le Groupe considère que, dans l'hypothèse d'une évolution défavorable de cette situation conduisant à la résiliation du contrat, il aurait la possibilité d'obtenir une indemnité compensatrice au moins égale au montant des investissements réalisés ;

- par ailleurs, JCDecaux SA est ou a été partie à un certain nombre de procédures administratives qu'elle a engagées ou qui l'ont été par des concurrents contre des collectivités publiques, suite à des résiliations de contrats ou à des décisions d'attribution de marchés.

A noter que le litige opposant la filiale américaine JCDecaux Chicago LLC à la société Electric Life Urban Decor LLC a pris fin le 9 mars 2005 par la signature d'un accord aux termes duquel cette dernière société renonce à toute action à l'encontre de JCDecaux Chicago LLC dont elle reconnaît, en outre, l'absence de comportement fautif.

Le montant des provisions constituées pour chacun de ces litiges résulte d'une analyse, sous contrôle de la Direction Juridique Groupe, de la justification des demandes, des arguments en défense, de la jurisprudence et de l'état de la procédure. Cette analyse est présentée et justifiée au Comité d'Audit et aux Commissaires aux Comptes. Le montant des provisions n'est pas individualisé car leur indication serait susceptible de causer un préjudice sérieux au Groupe dans le cadre de ces litiges.

Il n'existe, à la connaissance de la Société, aucun autre fait exceptionnel ou litige susceptible d'avoir un impact significatif sur la situation financière, l'activité, le patrimoine, les perspectives de la Société et de ses filiales.

Assurances

Compte tenu de l'homogénéité des activités du Groupe dans les différents pays où il les exerce, la politique du Groupe est de couvrir ses risques essentiels de façon centralisée par des polices d'assurance mondiales souscrites par JCDecaux SA auprès de compagnies d'assurance de premier plan disposant d'un réseau international, pour couvrir notamment les risques de dommages aux biens et pertes d'exploitation ainsi que les risques de responsabilité civile.

Cette politique permet à la fois d'avoir accès à des niveaux de garanties importants, à des conditions de tarification globalisées, et de s'assurer que le niveau des garanties dont bénéficient les sociétés du Groupe, tant en France qu'à l'étranger, est conforme aux risques potentiels identifiés.

Le Groupe peut être amené à souscrire des couvertures locales et/ou spécifiques afin de respecter les réglementations locales en vigueur ou pour répondre à des exigences particulières. Ainsi et par exemple, les risques purement locaux tels que la garantie des risques associés aux véhicules à moteur sont couverts par chaque pays, sous sa responsabilité.

Par ailleurs, afin d'optimiser ses coûts d'assurance et avoir une bonne maîtrise des risques, le Groupe s'auto-assure pour des risques faibles ou de moyenne amplitude, essentiellement au titre des polices Dommages/Pertes d'Exploitation et Responsabilité Civile.

Les polices d'assurance sont revues régulièrement, au minimum tous les ans.

Ainsi, l'appel d'offres lancé sur la police Dommages/Pertes d'Exploitation pour le renouvellement 2004 a permis au Groupe d'obtenir une baisse tarifaire importante et d'améliorer la partie auto-assurance par l'application d'une franchise à hauteur de 50 000 euros par sinistre sur l'ensemble des risques dommages.

L'appel d'offres lancé en 2004 pour le renouvellement du programme Responsabilité civile s'est traduit par un changement d'assureur. Les améliorations obtenues sont notamment l'intégration de nouveaux pays et le doublement de la franchise à hauteur de 3 000 euros par sinistre afin de supprimer les sinistres de fréquence.

L'ensemble de ces programmes d'assurance inclut des niveaux de franchises permettant de ne transférer au marché de l'assurance que la sinistralité ne présentant pas de caractère récurrent, et des niveaux de garanties qui, compte tenu à la fois de l'expérience du Groupe sur sa sinistralité passée, en particulier des tempêtes centennaires de 1999 sur l'Europe, et d'expertise réalisée sur ses sites industriels essentiels, ont pour objectif de transférer au marché la couverture des risques majeurs à caractère exceptionnel.

5. PRINCIPALES FILIALES ET SOCIÉTÉS AFFILIÉES

L'organigramme simplifié des sociétés détenues par JCDecaux SA au 31 décembre 2004 est en page 146.

La liste des sociétés contrôlées par JCDecaux SA est donnée en "Annexe des comptes consolidés" située en page 76. Aucune de ces sociétés ne détient de participation dans JCDecaux SA.

JCDecaux SA apporte à ses filiales françaises et étrangères un support en matière de finances et de contrôle de gestion, de prestations juridiques et d'assurances, de management et d'administration. Les coûts de ces services sont refacturés aux filiales au prorata de la marge brute contributive lorsqu'ils revêtent un caractère d'assistance générale et selon des clefs déterminées par type de prestation lorsqu'ils correspondent à une mutualisation de moyens. En 2004, JCDecaux SA a ainsi facturé à ses filiales un montant de 23,2 millions d'euros.

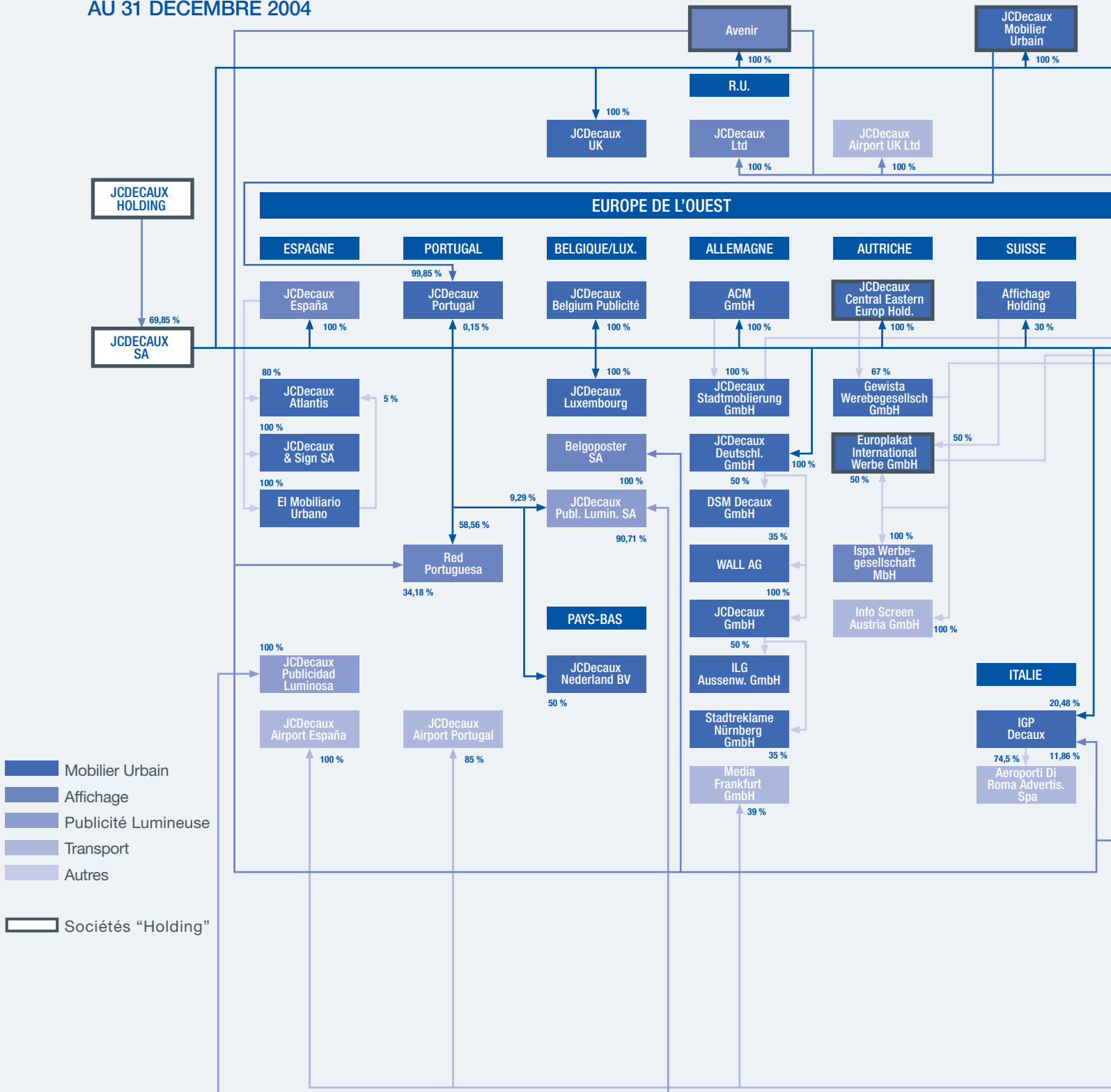
En outre, JCDecaux SA facture l'utilisation par ses filiales des droits de propriété intellectuelle lui appartenant. Cette facturation s'est élevée à 13,3 millions d'euros en 2004.

6. RELATION AVEC JCDECAUX HOLDING

JCDecaux Holding fournit à la société JCDecaux SA des prestations en matière de définition et de mise en œuvre de stratégie, d'alliances, de financement et d'organisation, en application d'une convention en date du 21 janvier 2000.

En 2004, JCDecaux Holding a facturé à JCDecaux SA un montant de 762 245 euros au titre de cette convention. Ce montant est inchangé depuis 2000.

7. ORGANIGRAMME MONDIAL SIMPLIFIÉ AU 31 DÉCEMBRE 2004



ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 11 MAI 2005

Ordre du jour	150
Exposé des motifs des résolutions	151
Projet des résolutions	153
Rapport sur les comptes consolidés	166
Rapport particulier sur les états de rapprochements IFRS	167
Rapport sur les comptes sociaux	168
Rapport spécial sur les conventions réglementées	169
Rapport sur le rapport du Président du Conseil de Surveillance pour ce qui concerne les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière	171

ORDRE DU JOUR

I. PARTIE ORDINAIRE

- 1) Approbation des comptes sociaux 2004.
- 2) Approbation des comptes consolidés 2004.
- 3) Affectation du résultat.
- 4) Transfert de la réserve spéciale des plus-values à long terme.
- 5) Dépenses et charges visées à l'article 39-4 du Code Général des Impôts.
- 6) Convention réglementée.
- 7) Convention réglementée.
- 8) Convention réglementée.
- 9) Convention réglementée.
- 10) Convention réglementée.
- 11) Programme de rachat d'actions.
- 12) Fin de la délégation octroyée par la 7^e résolution de l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2004 à l'effet d'émettre des obligations.
- 13) Augmentation du montant des jetons de présence.

II. PARTIE EXTRAORDINAIRE

- 14) Délégation de compétence à donner au Directoire pour décider l'augmentation du capital social, par émission – avec maintien du droit préférentiel de souscription – d'actions et/ou de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société et/ou l'émission de valeurs mobilières donnant droit à l'attribution de titres de créance.
- 15) Délégation de compétence à donner au Directoire pour décider l'augmentation du capital social, par émission – sans droit préférentiel de souscription – d'actions et/ou de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société et/ou l'émission de valeurs mobilières donnant droit à l'attribution de titres de créance.
- 16) Possibilité d'émettre des actions sans droit préférentiel de souscription en rémunération d'apports en nature portant sur des titres de capital ou des valeurs mobilières donnant accès au capital.
- 17) Délégation de compétence à donner au Directoire à l'effet de décider l'augmentation du capital social par incorporation de primes, réserves, bénéfices ou autres.
- 18) Délégation de compétence à donner au Directoire à l'effet d'augmenter le nombre de titres à émettre (option de sur-allocation) en cas d'augmentation de capital avec ou sans droit préférentiel de souscription.
- 19) Délégation de compétence à donner au Directoire pour décider l'augmentation du capital social par émission d'actions ou de valeurs mobilières donnant accès au capital réservées aux adhérents de plans d'épargne d'entreprise avec suppression du droit préférentiel de souscription au profit de ces derniers.
- 20) Délégation de compétence à donner au Directoire à l'effet de consentir des options de souscription ou d'achat d'actions au profit des salariés ou mandataires sociaux du Groupe ou de certains d'entre eux.
- 21) Délégation de compétence à donner au Directoire à l'effet de procéder à des attributions gratuites d'actions existantes ou à émettre au profit des salariés ou mandataires sociaux du Groupe ou de certains d'entre eux.
- 22) Délégation à donner au Directoire à l'effet de réduire le capital social par annulation des actions auto-détenues.
- 23) Modifications statutaires.
- 24) Pouvoirs.

EXPOSÉ DES MOTIFS DES RÉOLUTIONS

I. PARTIE ORDINAIRE

- Dans les 1^{re} et 2^e résolutions, nous vous demandons d'approuver les comptes sociaux et consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2004, tels qu'ils vous ont été présentés.
- La 3^e résolution vous propose d'affecter le bénéfice de l'exercice, s'établissant à 143 639 312,92 euros, à hauteur de la somme de 598,98 euros à la réserve légale, le solde étant affecté au report à nouveau.
- Aux termes de la 4^e résolution, il vous sera demandé d'autoriser le transfert, au poste "Autres réserves", des sommes inscrites à la réserve spéciale des plus-values à long terme en application des dispositions de l'article 39 de la loi n° 2004-1485 de finances rectificative pour 2004.
- La 5^e résolution prend acte du montant des dépenses et charges visées à l'article 39-4 du Code Général des Impôts.
- Aux termes des 6^e à 10^e résolutions, nous vous demandons d'approuver des conventions entrant dans le champ d'application de l'article L.225.86 du Code de Commerce qui ont été préalablement autorisées par le Conseil de Surveillance au cours de l'exercice écoulé.
- Par la 11^e résolution, l'Assemblée prend acte que la Société n'a pas fait usage de l'autorisation reçue le 12 mai 2004 pour procéder au rachat d'actions propres.

Il est demandé à l'Assemblée de donner une nouvelle autorisation au Directoire pour une nouvelle durée de dix-huit mois. Les conditions essentielles de cette autorisation seraient les suivantes :

- le montant maximal global destiné au rachat des actions de la Société ne pourra dépasser 659 980 980 euros ;
- le nombre maximal des actions dont la Société pourra faire l'acquisition ou détenir à tout moment, au titre de la présente résolution, ne devra pas dépasser la limite de 10 % du capital social soit, au 31 décembre 2004 et compte tenu des actions déjà en sa possession, un montant maximal de 21 999 366 actions ;
- le prix maximal d'achat par action sera de 30 euros.

L'autorisation donnée au Directoire comporte celle de subdéléguer, d'effectuer la mise en œuvre de cette décision en passant, notamment, tous ordres de bourse, et d'effectuer toutes formalités et déclarations.

- La 12^e résolution met fin à la délégation octroyée au Directoire le 12 mai 2004 à l'effet d'émettre des obligations simples, le Directoire ayant qualité, depuis l'Ordonnance n° 2004-604 du 24 juin 2004, pour décider ou autoriser l'émission de telles obligations.
- Aux termes de la 13^e résolution, il sera demandé à l'Assemblée d'approuver l'augmentation du montant des jetons de présence.

II. PARTIE EXTRAORDINAIRE

- La 14^e résolution vous propose de donner au Directoire compétence pour décider l'augmentation du capital social par émission, avec maintien du droit préférentiel de souscription, d'actions et/ou de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société et/ou l'émission de valeurs mobilières donnant droit à l'attribution de titres de créance, pour un montant nominal maximal de 2 000 000 euros, soit l'émission d'environ 131 millions d'actions et ce qui, sur la base d'un cours à 20 euros, correspond à un montant maximal d'augmentation de capital, prime d'émission incluse, de l'ordre de 2,6 milliards d'euros.
- Aux termes de la 15^e résolution, une délégation de même objet, sans droit préférentiel de souscription, sera sollicitée pour montant nominal maximal identique.

Le montant maximal global des émissions de valeurs mobilières représentatives de créances sur la Société donnant accès au capital susceptibles d'être réalisées en vertu de ces deux autorisations avec ou sans droit préférentiel de souscription ne pourra excéder 2,5 milliards d'euros.

Ces autorisations seraient données pour une durée de 26 mois.

- Le Directoire pourrait, aux termes de la 16^e résolution, émettre des actions sans droit préférentiel de souscription, dans la limite de 10 % du capital social, en rémunération d'apports en nature portant sur des titres de capital ou des valeurs mobilières donnant accès au capital. Cette autorisation serait donnée pour une durée de 26 mois.
- Par la 17^e résolution, il vous est demandé de donner compétence au Directoire à l'effet de décider l'augmentation du capital social par incorporation de primes, réserves, bénéfices ou autres, sous forme d'attribution d'actions gratuites ou d'élévation du montant nominal du capital social pour un montant nominal maximal de 2 000 000 euros. Cette autorisation serait donnée pour une durée de 26 mois.
- Aux termes de la 18^e résolution, le Directoire aurait compétence pour augmenter le nombre de titres à émettre, dans la limite de 15 % de l'émission initiale et au même prix que celui retenu pour l'émission initiale, en cas d'augmentation du capital social avec ou sans droit préférentiel de souscription. Cette autorisation serait donnée pour une durée de 26 mois.
- La 19^e résolution donne compétence au Directoire pour décider l'augmentation du capital social par émission d'actions ou de valeurs mobilières donnant accès au capital réservées aux adhérents d'un plan d'épargne d'entreprise, avec suppression du droit préférentiel de souscription à leur profit, pour un montant nominal maximal de 20 000 euros, soit l'émission d'environ 1,3 million d'actions et ce qui, sur la base d'un cours à 20 euros, correspond à un montant maximal d'augmentation de capital, prime d'émission incluse, de l'ordre de 26 millions d'euros. Cette autorisation serait donnée pour une durée de 26 mois.

- **La 20^e résolution** donne compétence au Directoire à l'effet de consentir des options de souscription ou d'achat d'actions, au profit de salariés ou mandataires sociaux du Groupe ou de certains d'entre eux, dans la limite d'un nombre total d'actions égal à 4 % du capital social au jour de la décision de l'Assemblée, soit 8 879 746 actions. Cette autorisation serait donnée pour une durée de 26 mois.
- Aux termes de **la 21^e résolution**, la Directoire aurait compétence pour procéder à des attributions gratuites d'actions existantes ou à émettre, au profit de salariés ou mandataires sociaux du Groupe ou de certains d'entre eux, dans la limite de 0,5 % du capital social au jour de la décision de l'Assemblée. Cette autorisation serait donnée pour une durée de 26 mois.

Étant précisé que le montant nominal maximal global de l'ensemble des augmentations de capital visées aux 14^e, 15^e, 16^e, 17^e, 18^e, 19^e, 20^e et 21^e résolutions ne saurait être supérieur à 2 000 000 euros, soit l'émission d'environ 131 millions d'actions et ce qui, sur la base d'un cours à 20 euros, correspond à un montant maximal d'augmentation de capital, prime d'émission incluse, de l'ordre de 2,6 milliards d'euros.

- **La 22^e résolution** délègue au Directoire tous pouvoirs à l'effet de réduire le capital social par annulation des actions auto-détenues, dans les limites autorisées par la loi, et conformément aux dispositions des articles L225-209 et suivants du Code de Commerce. Cette autorisation serait donnée pour une durée de 18 mois.
- **La 23^e résolution** modifie les statuts soit pour les mettre en harmonie avec les dispositions de l'Ordonnance n° 2004-604 du 24 juin 2004, soit pour en simplifier et/ou en améliorer la rédaction.

PROJET DES RÉSOLUTIONS

I. PARTIE ORDINAIRE

PREMIÈRE RÉSOLUTION

(Approbation des comptes sociaux 2004)

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance des rapports du Directoire, du Conseil de Surveillance et des Commissaires aux Comptes, approuve ces rapports dans leur intégralité ainsi que les comptes sociaux de l'exercice clos le 31 décembre 2004, tels qu'ils lui ont été présentés, se soldant par un bénéfice de 143 639 312,92 euros.

Elle approuve, en conséquence, les opérations traduites dans ces comptes et résumées dans ces rapports.

DEUXIÈME RÉSOLUTION

(Approbation des comptes consolidés 2004)

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance des rapports du Directoire, du Conseil de Surveillance et des Commissaires aux Comptes, approuve ces rapports dans leur intégralité ainsi que les comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2004, tels qu'ils lui ont été présentés.

Elle approuve, en conséquence, les opérations traduites dans ces comptes et résumées dans ces rapports.

TROISIÈME RÉSOLUTION

(Affectation du résultat)

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Directoire, décide d'affecter le bénéfice de l'exercice clos le 31 décembre 2004, s'élevant à 143 639 312,92 euros, de la manière suivante :

Bénéfice net de	143 639 312,92 euros
Report à nouveau antérieur de	533 985 948,36 euros
Total	677 625 261,28 euros

Affecté comme suit :

Réserve légale	598,98 euros
Report à nouveau	677 624 662,30 euros

Il est rappelé, conformément à la loi, que la Société n'a pas distribué de dividendes au titre des trois exercices précédents.

QUATRIÈME RÉSOLUTION

(Transfert de la réserve spéciale des plus-values à long terme)

En application des dispositions de l'article 39 de la loi n° 2004-1485 de finances rectificative pour 2004, l'Assemblée Générale décide que l'intégralité des sommes portées à la réserve spéciale des plus-values à long terme inscrite au bilan de l'exercice clos le 31 décembre 2004, soit un montant de 22 538 441,88 euros, est virée au poste "Autres réserves". Corrélativement, l'Assemblée Générale décide de prélever sur cette réserve la somme de 550 961 euros, correspondant à la taxe exceptionnelle de 2,5 % prévue à l'article 39 susvisé, par le crédit du compte report à nouveau.

Après transfert de la réserve spéciale des plus-values à long terme et affectation du résultat de l'exercice, le report à nouveau s'élèvera à 678 175 623,30 euros et le poste "Autres réserves" à 25 049 188,87 euros.

CINQUIÈME RÉSOLUTION

(Dépenses et charges visées à l'article 39-4 du Code Général des Impôts)

En application de l'article 223 quater du Code Général des Impôts, l'Assemblée Générale prend acte du fait que les dépenses et charges visées à l'article 39-4 dudit code se sont élevées à 52 824,42 euros au cours de l'exercice écoulé et qu'aucun impôt n'a été supporté en raison desdites charges et dépenses.

SIXIÈME RÉSOLUTION

(Convention réglementée)

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport spécial des Commissaires aux Comptes sur la conclusion et l'exécution au cours de l'exercice 2004 des conventions visées à l'article L.225-86 du Code de Commerce, prend acte des conclusions de ce rapport portant notamment sur la convention suivante :

- acquisition, par la Société, de marques, modèles et brevets appartenant à M. Jean-Claude Decaux, Président du Conseil de Surveillance, pour un montant de 86 426,31 euros correspondant aux stricts coûts de dépôt et de maintien de ces droits de propriété industrielle.

L'Assemblée Générale, M. Jean-Claude Decaux, en tant que personne intéressée par cette convention, ne prenant pas part au vote, ratifie la convention ci-dessus exposée.

SEPTIÈME RÉSOLUTION

(Convention réglementée)

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport spécial des Commissaires aux Comptes sur la conclusion et l'exé-

cution au cours de l'exercice 2004 des conventions visées à l'article L.225-86 du Code de Commerce, prend acte des conclusions de ce rapport portant notamment sur la convention suivante :

- attribution par la Société à M. Robert Caudron, membre du Directoire et Directeur Général Opérations, d'une indemnité conventionnelle en cas de rupture de son contrat de travail du fait de la Société.

L'Assemblée Générale, M. Robert Caudron, en tant que personne intéressée par cette convention, ne prenant pas part au vote, ratifie la convention ci-dessus exposée.

HUITIÈME RÉOLUTION

(Convention réglementée)

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport spécial des Commissaires aux Comptes sur la conclusion et l'exécution au cours de l'exercice 2004 des conventions visées à l'article L.225-86 du Code de Commerce, prend acte des conclusions de ce rapport portant notamment sur la convention suivante :

- cession par MM. Jean-Charles Decaux, Jean-François Decaux et Jean-Sébastien Decaux, de leurs titres de propriété sur les brevets "Affichage Gigogne" utilisés par l'ensemble des sociétés du Groupe, pour un prix équivalent au remboursement des frais engagés pour la maintenance de ces titres, représentant un montant global de 16 423,93 euros.

L'Assemblée Générale, MM. Jean-Charles Decaux et Jean-François Decaux, en leur qualité de personnes intéressées par cette convention, ne prenant pas part au vote, ratifie la convention ci-dessus exposée.

NEUVIÈME RÉOLUTION

(Convention réglementée)

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport spécial des Commissaires aux Comptes sur la conclusion et l'exécution au cours de l'exercice 2004 des conventions visées à l'article L.225-86 du Code de Commerce, prend acte des conclusions de ce rapport portant notamment sur la convention suivante :

- acquisition par JCDecaux Deutschland, filiale de JCDecaux SA, des 150 000 titres détenus par SIMU, filiale de JCDecaux Holding, dans la société Georg Zacharias GmbH, à la valeur nette comptable soit un montant d'environ 4,2 millions d'euros.

L'Assemblée Générale, MM. Jean-Claude Decaux, Jean-Charles Decaux et Jean-François Decaux, ainsi que la société JCDecaux Holding, en leur qualité de personnes intéressées par cette convention, ne prenant pas part au vote, ratifie la convention ci-dessus exposée.

DIXIÈME RÉOLUTION

(Convention réglementée)

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport spécial des Commissaires aux Comptes sur la conclusion et l'exécution au cours de l'exercice 2004 des conventions visées à l'article L.225-86 du Code de Commerce, prend acte des conclusions de ce rapport portant notamment sur la convention suivante :

- apport par JCDecaux SA de ses participations dans les sociétés slovaque et tchèque, JCDecaux Slovakia Sro et JCDecaux Mestsky Mobiliar Spol Sro, à la société autrichienne Aussenwerbung Tschechien-Slowakei Beteiligungs GmbH. En rémunération de ses apports, JCDecaux SA recevra de la société Gewista 55 % du capital de Aussenwerbung Tschechien-Slowakei Beteiligungs GmbH.

L'Assemblée Générale, M. Jean-François Decaux, en sa qualité de personne intéressée par cette convention, ne prenant pas part au vote, ratifie la convention ci-dessus exposée.

ONZIÈME RÉOLUTION

(Programme de rachat d'actions)

L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Ordinaires, connaissance prise du rapport du Directoire ainsi que de la note d'information visée par l'Autorité des Marchés Financiers :

- constate que la Société n'a pas fait usage de l'autorisation reçue de l'Assemblée Générale en date du 12 mai 2004 ;
- autorise le Directoire, avec faculté de subdélégation, conformément aux articles L.225-209 et suivants du Code de Commerce, à acheter, en une ou plusieurs fois, les actions propres de la Société en vue :
 - de la mise en œuvre de tout plan d'options d'achat d'actions de la Société dans le cadre des dispositions de l'article L.225-177 et suivants du Code de Commerce ;
 - de l'attribution d'actions aux salariés au titre de leur participation aux fruits de l'expansion de l'entreprise et de la mise en œuvre de tout plan d'épargne d'entreprise dans les conditions prévues par la loi, notamment les articles L.443-1 et suivants du Code du Travail ;
 - de l'attribution gratuite d'actions dans le cadre des dispositions des articles L.225-197-1 du Code de Commerce ;
 - de la remise d'actions lors de l'exercice de droits attachés à des valeurs mobilières donnant accès au capital par remboursement, conversion, échange, présentation d'un bon ou de toute autre manière ;
 - de l'annulation de tout ou partie des titres ainsi rachetés, sous réserve de l'adoption par l'Assemblée Générale Extraordinaire de la vingt-deuxième résolution ci-après et dans les termes qui y sont indiqués ;
 - de la remise d'actions à l'échange ou en paiement dans le cadre d'opérations de croissance externe ;

- de l'animation du marché secondaire ou de la liquidité de l'action JCDecaux SA par un prestataire de services d'investissement dans le cadre d'un contrat de liquidité conforme à la Charte de Déontologie reconnue par l'Autorité des Marchés Financiers.

Les achats d'actions de la Société pourront porter sur un nombre d'actions tel que :

- le nombre d'actions que la Société achète pendant la durée du programme de rachat n'excède pas 10 % des actions composant le capital de la Société à quelque moment que ce soit, soit, à titre indicatif au 31 décembre 2004, compte tenu du nombre de titres auto-détenus à cette date, 21 999 366 actions ;
- le nombre d'actions que la Société détiendra à quelque moment que ce soit ne dépasse pas 10 % des actions composant le capital de la Société.

L'acquisition, la cession ou le transfert des actions pourront être réalisés à tout moment (y compris en période d'offre publique) et par tous moyens, sur le marché ou de gré à gré, y compris par acquisition ou cession de blocs (sans limiter la part du programme de rachat pouvant être réalisée par ce moyen), ou par utilisation d'options ou autres instruments financiers à terme négociés sur un marché réglementé ou de gré à gré ou par remise d'actions à la suite de l'émission de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société par conversion, échange, remboursement, exercice d'un bon ou de toute autre manière.

Le prix maximal d'achat des actions dans le cadre de la présente résolution sera de 30 euros par action (ou la contre-valeur de ce montant à la même date dans toute autre monnaie), ce prix maximal étant applicable aux seules acquisitions réalisées à compter de la présente Assemblée.

En conséquence, et à titre indicatif, le montant maximum que la Société serait susceptible de payer pour l'achat de ses actions serait de 659 980 980 euros, correspondant à un prix maximal par action de 30 euros et à un nombre maximal de 21 999 366 actions (sous réserve des ajustements nécessaires en cas d'opérations sur le capital social).

Cette autorisation prive d'effet à compter de ce jour à hauteur, le cas échéant, de la partie non encore utilisée, toute délégation antérieure donnée au Directoire à l'effet d'opérer sur les actions de la Société. Elle est donnée pour une période de dix-huit mois à compter de ce jour.

L'Assemblée Générale délègue au Directoire, en cas de modification du nominal de l'action, d'augmentation de capital par incorporation de réserves, d'attribution gratuite d'actions, de division ou de regroupement de titres, de distribution de réserves ou de tous autres actifs, d'amortissement du capital, ou de toute autre opération portant sur les capitaux propres, le pouvoir d'ajuster le prix d'achat susvisé afin de tenir compte de l'incidence de ces opérations sur la valeur de l'action. L'Assemblée Générale confère tous pouvoirs au Directoire, avec faculté de subdélégation dans les conditions légales, pour décider et effectuer la mise en œuvre de la présente autorisation, pour en préciser, si nécessaire, les termes et en arrêter les modalités, pour

réaliser le programme d'achat, et notamment pour passer tout ordre de bourse, conclure tout accord, en vue de la tenue des registres d'achats et de ventes d'actions, effectuer toutes déclarations auprès de l'Autorité des Marchés Financiers, remplir toutes formalités et, d'une manière générale, faire le nécessaire.

DOUZIÈME RÉSOLUTION

(Fin de la délégation octroyée par la 7^e résolution de l'Assemblée Générale Mixte du 12 mai 2004 à l'effet d'émettre des obligations)

L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité des Assemblées Ordinaires, connaissance prise du rapport du Directoire, décide en tant que de besoin en application de l'Ordonnance n° 2004-604 du 24 juin 2004, de mettre fin à la délégation octroyée au Directoire par la septième résolution de l'Assemblée Générale du 12 mai 2004 à l'effet d'émettre des obligations, le Directoire ayant désormais qualité, aux termes de l'article L.228-40 du Code de Commerce pour décider ou autoriser l'émission d'obligations avec faculté de subdélégation.

TREIZIÈME RÉSOLUTION

(Augmentation du montant des jetons de présence)

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Directoire, fixe à 168 760 euros, le montant global des jetons de présence à compter de l'exercice 2005, à charge pour le Conseil de Surveillance d'en décider la répartition entre ses membres.

II - PARTIE EXTRAORDINAIRE

QUATORZIÈME RÉSOLUTION

(Délégation de compétence à donner au Directoire pour décider l'augmentation du capital social, par émission – avec maintien du droit préférentiel de souscription – d'actions et/ou de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société et/ou l'émission de valeurs mobilières donnant droit à l'attribution de titres de créance).

L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Extraordinaires, connaissance prise du rapport du Directoire et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, et conformément aux dispositions de l'article L.225-129 et suivants du Code de Commerce, notamment de l'article L.225-129-2, et à celles des articles L.228-92 et suivants dudit Code :

1. délègue au Directoire sa compétence pour décider l'augmentation du capital social, en une ou plusieurs fois, en France ou à l'étranger, dans la proportion et aux époques qu'il appréciera, soit en euros, soit en toute autre monnaie ou unité monétaire établie par référence à plusieurs monnaies, par l'émission d'actions (à l'exclusion d'actions de préférence) ou de valeurs mobilières don-

- nant accès au capital de la Société, émises à titre onéreux ou gratuit, régies par les articles L.228-91 et suivants du Code de Commerce, étant précisé que la souscription des actions et des autres valeurs mobilières pourra être opérée soit en espèces, soit par compensation de créances, soit en tout ou en partie, par incorporation de réserves, de bénéfices ou de primes ;
2. délègue au Directoire sa compétence pour décider l'émission de valeurs mobilières donnant accès au capital de la société qui possède directement ou indirectement plus de la moitié de son capital social ou des sociétés dont elle possède directement ou indirectement plus de la moitié du capital ;
 3. décide de fixer comme suit les limites des montants des augmentations de capital autorisées en cas d'usage par le Directoire de la présente délégation de compétence :
 - le montant nominal maximal des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées immédiatement ou à terme en vertu de la présente délégation est fixé à 2 000 000 euros, étant précisé que le montant nominal maximal global des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées, en vertu de la présente délégation et de celles conférées en vertu des 15^e, 16^e, 17^e, 18^e, 19^e, 20^e et 21^e résolutions de la présente assemblée est fixé à 2 000 000 euros ;
 - à ces plafonds s'ajoutera, le cas échéant, le montant nominal des actions à émettre éventuellement en supplément, en cas d'opérations financières nouvelles, pour préserver les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital ;
 - le montant maximal global des émissions de valeurs mobilières représentatives de créances sur la Société donnant accès au capital ou donnant droit à des titres de créance ne pourra excéder 2,5 milliards d'euros ou la contre-valeur à la date d'émission de ce montant en toute autre monnaie ou toute autre unité monétaire établie par référence à plusieurs monnaies, étant précisé que sur ce montant s'imputera le montant des valeurs mobilières représentatives de créances sur la Société donnant accès au capital susceptibles d'être émises en vertu de la quinzième résolution de la présente assemblée ;
 4. fixe à vingt-six mois, à compter du jour de la présente assemblée, la durée de validité de la délégation de compétence faisant l'objet de la présente résolution ;
 5. en cas d'usage par le Directoire de la présente délégation :
 - décide que la ou les émissions seront réservées par préférence aux actionnaires qui pourront souscrire à titre irréductible proportionnellement au nombre d'actions alors possédées par eux ;
 - prend acte du fait que le Directoire a la faculté d'instituer un droit de souscription à titre réductible ;
 - prend acte du fait que la présente délégation de compétence emporte de plein droit au profit des porteurs des valeurs mobilières émises donnant accès au capital de la Société, renonciation par les actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions auxquelles ces valeurs mobilières donneront droit immédiatement ou à terme ;
 - prend acte du fait que, si les souscriptions à titre irréductible et, le cas échéant, à titre réductible n'ont pas absorbé la totalité de l'augmentation de capital, le Directoire pourra utiliser, dans les conditions prévues par la loi et dans l'ordre qu'il déterminera, l'une et/ou l'autre des facultés ci-après :
 - limiter l'augmentation de capital au montant des souscriptions à la condition que celui-ci atteigne les trois-quarts au moins de l'augmentation décidée ;
 - répartir librement tout ou partie des actions ou, dans le cas de valeurs mobilières donnant accès au capital, lesdites valeurs mobilières dont l'émission a été décidée mais n'ayant pas été souscrites ;
 - offrir au public, en faisant publiquement appel à l'épargne, tout ou partie des actions ou, dans le cas de valeurs mobilières donnant accès au capital, desdites valeurs mobilières non souscrites, sur le marché français et/ou à l'étranger et/ou sur le marché international ;
 6. décide que le Directoire aura tous pouvoirs, avec faculté de subdélégation dans les conditions fixées par la loi, pour mettre en œuvre la présente délégation de compétence, à l'effet notamment de :
 - décider l'augmentation de capital et déterminer les valeurs mobilières à émettre ;
 - décider le montant de l'augmentation de capital, le prix d'émission ainsi que le montant de la prime qui pourra, le cas échéant, être demandée à l'émission ;
 - déterminer les dates et modalités de l'augmentation de capital, la nature, les caractéristiques des valeurs mobilières à créer ; décider, en outre, dans le cas d'obligations ou d'autres titres de créance, y compris de valeurs mobilières donnant droit à l'attribution de titres de créance visés à l'article L. 228-91 du Code de Commerce, de leur caractère subordonné ou non (et, le cas échéant, de leur rang de subordination, conformément aux dispositions de l'article L.228-97 du Code de Commerce), fixer leur taux d'intérêt (notamment intérêt à taux fixe ou variable ou à coupon zéro ou indexé), leur durée (déterminée ou indéterminée) et les autres modalités d'émission (y compris le fait de leur conférer des garanties ou des sûretés) et d'amortissement (y compris de remboursement par remise d'actifs de la Société) ; le cas échéant, ces titres pourraient être assortis de bons donnant droit à l'attribution, à l'acquisition ou à la souscription d'obligations ou d'autres valeurs mobilières représentatives de créances ou prendre la forme d'obligations complexes au sens entendu par les autorités boursières (par exemple, du fait de leurs modalités de remboursement ou de rémunération ou d'autres droits tels qu'indexation, faculté d'options) ; modifier, pendant la durée de vie des titres concernés, les modalités visées ci-dessus, dans le respect des formalités applicables ;

- déterminer le mode de libération des actions ou des valeurs mobilières donnant accès au capital à émettre immédiatement ou à terme ;
 - fixer, s'il y a lieu, les modalités d'exercice des droits attachés aux actions ou valeurs mobilières donnant accès au capital à émettre et, notamment, arrêter la date, même rétroactive, à compter de laquelle les actions nouvelles porteront jouissance, déterminer les modalités d'exercice des droits, le cas échéant, à conversion, échange, remboursement, y compris par remise d'actifs de la Société tels que des valeurs mobilières déjà émises par la Société, ainsi que toutes autres conditions et modalités de réalisation de l'augmentation de capital ;
 - fixer les modalités selon lesquelles la Société aura, le cas échéant, la faculté d'acheter ou d'échanger en Bourse, à tout moment ou pendant des périodes déterminées, les valeurs mobilières émises ou à émettre immédiatement ou à terme en vue de les annuler ou non, compte tenu des dispositions légales ;
 - prévoir la faculté de suspendre éventuellement l'exercice des droits attachés à ces titres en conformité avec les dispositions légales et réglementaires ;
 - à sa seule initiative, imputer les frais d'augmentation de capital sur le montant des primes qui y sont afférentes et prélever sur ce montant les sommes nécessaires pour porter la réserve légale au dixième du nouveau capital après chaque augmentation de capital ;
 - fixer et procéder à tous ajustements destinés à prendre en compte l'incidence d'opérations sur le capital de la Société, notamment en cas de modification du nominal de l'action, d'augmentation de capital par incorporation de réserves, d'attribution gratuite d'actions, de division ou de regroupement de titres, de distribution de réserves ou de tous autres actifs, d'amortissement du capital, ou de toute autre opération portant sur les capitaux propres, et fixer les modalités selon lesquelles sera assurée, le cas échéant, la préservation des droits des titulaires de valeurs mobilières donnant accès au capital ;
 - constater la réalisation de chaque augmentation de capital et procéder aux modifications corrélatives des statuts ;
 - d'une manière générale, passer toute convention, notamment pour parvenir à la bonne fin des émissions envisagées, prendre toutes mesures et effectuer toutes formalités utiles à l'émission, à la cotation et au service financier des titres émis en vertu de la présente délégation ainsi qu'à l'exercice des droits qui y sont attachés ;
7. prend acte que la présente délégation prive d'effet à compter de ce jour à hauteur, le cas échéant, de la partie non encore utilisée, toute délégation antérieure ayant le même objet, c'est-à-dire toute délégation globale de compétence relative à l'augmentation de capital avec maintien du droit préférentiel de souscription, couvrant les valeurs mobilières et opérations visées à la présente résolution ;
8. prend acte du fait que, dans l'hypothèse où le Directoire viendrait à utiliser la délégation de compétence qui lui est conférée dans la présente résolution, il rendra compte à l'Assemblée Générale

Ordinaire suivante, conformément à la loi et à la réglementation, de l'utilisation faite des autorisations conférées dans la présente résolution.

QUINZIÈME RÉSOLUTION

(Délégation de compétence à donner au Directoire pour décider l'augmentation du capital social par émission – sans droit préférentiel de souscription – d'actions et/ou de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société et/ou l'émission de valeurs mobilières, donnant droit à l'attribution de titres de créance)

L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Extraordinaires, connaissance prise du rapport du Directoire et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, et conformément aux dispositions de l'article L.225-129 et suivants du Code de Commerce, notamment des articles L.225-129-2, L.225-135 et L.225-148 dudit Code ainsi qu'à celles des articles L.228-92 et suivants du même Code :

1. délègue au Directoire sa compétence pour décider l'augmentation du capital social, en une ou plusieurs fois, dans la proportion et aux époques qu'il appréciera, sur le marché français et/ou les marchés étrangers et/ou le marché international, en faisant publiquement appel à l'épargne, soit en euros, soit en toute autre monnaie ou unité monétaire établie par référence à plusieurs monnaies, par l'émission d'actions, (à l'exclusion d'actions de préférence), ou de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société émises à titre onéreux ou gratuit, régies par les articles L.228-91 et suivants du Code de Commerce, étant précisé que la souscription des actions et des autres valeurs mobilières pourra être opérée soit en espèces, soit par compensation de créances, soit, en tout ou en partie, par incorporation de réserves, de bénéfices ou de primes, soit en nature. Ces valeurs mobilières pourront notamment être émises à l'effet de rémunérer des titres qui seraient apportés à la Société, dans le cadre d'une offre publique d'échange réalisée en France ou à l'étranger selon les règles locales (par exemple dans le cadre d'une "reverse merger" de type anglo-saxon) sur des titres répondant aux conditions fixées à l'article L.225-148 du Code de Commerce ;
2. délègue au Directoire sa compétence pour décider l'émission d'actions ou de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société à émettre à la suite de l'émission par les sociétés dont la Société détient directement ou indirectement plus de la moitié du capital social ou par les sociétés qui possèdent directement ou indirectement plus de la moitié de son capital, de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société ;

La présente décision emporte, au profit des titulaires de valeurs mobilières susceptibles d'être émises par les sociétés du Groupe de la Société, renonciation des actionnaires de la Société à leur droit préférentiel de souscription aux actions ou valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société auxquelles ces valeurs mobilières donnent droit ;

3. délègue au Directoire sa compétence pour décider l'émission de valeurs mobilières donnant accès au capital de la société qui possède directement ou indirectement plus de la moitié de son capital social ou des sociétés dont elle possède directement ou indirectement plus de la moitié du capital ;
4. décide de fixer comme suit les limites des augmentations de capital autorisées en cas d'usage par le Directoire de la présente délégation :
 - le montant nominal maximal des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées immédiatement ou à terme en vertu de la présente délégation est fixé à 2 000 000 euros, étant précisé que ce montant s'imputera sur le montant du plafond global prévu au paragraphe 3 de la quatorzième résolution de la présente assemblée ;
 - à ces plafonds s'ajoutera, le cas échéant, le montant nominal des actions à émettre éventuellement, en cas d'opérations financières nouvelles, pour préserver, conformément à la loi, les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital ;
 - le montant maximal global des émissions de valeurs mobilières représentatives de créances sur la Société donnant accès au capital ou donnant droit à des titres de créance ne pourra excéder 2,5 milliards d'euros ou la contre-valeur à la date d'émission de ce montant en toute autre monnaie ou toute autre unité monétaire établie par référence à plusieurs monnaies, étant précisé que sur ce montant s'imputera le montant des valeurs mobilières représentatives de créances sur la Société donnant accès au capital susceptibles d'être émises en vertu de la quatorzième résolution de la présente assemblée ;
5. fixe à vingt-six mois, à compter du jour de la présente assemblée, la durée de validité de la délégation de compétence faisant l'objet de la présente résolution ;
6. décide de supprimer le droit préférentiel de souscription des actionnaires aux titres faisant l'objet de la présente résolution, en laissant toutefois au Directoire, en application de l'article L.225-135, 2^e alinéa, la faculté de conférer aux actionnaires, pendant un délai et selon les modalités qu'il fixera en conformité avec les dispositions légales et réglementaires applicables et pour tout ou partie d'une émission effectuée, un délai de priorité de souscription ne donnant pas lieu à la création de droits négociables et qui devra s'exercer proportionnellement au nombre des actions possédées par chaque actionnaire et pourra être éventuellement complété par une souscription à titre réductible, étant précisé que les titres non souscrits ainsi feront l'objet d'un placement public en France et/ou à l'étranger et/ou sur le marché international ;
7. prend acte du fait que si les souscriptions, y compris, le cas échéant, celles des actionnaires, n'ont pas absorbé la totalité de l'émission, le Directoire pourra limiter le montant de l'opération au montant des souscriptions reçues sous la condition que celui-ci atteigne, au moins, les trois quarts de l'émission décidée ;
8. prend acte du fait que la présente délégation emporte de plein droit au profit des porteurs de valeurs mobilières émises donnant accès au capital de la Société renonciation expresse par les actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions auxquelles les valeurs mobilières donneront droit ;
9. prend acte du fait que, conformément à l'article L.225-136.1^o 1^{er} alinéa du Code de Commerce :
 - le prix d'émission des actions émises directement sera au moins égal au minimum prévu par les dispositions réglementaires applicables (à ce jour, la moyenne pondérée des cours des trois dernières séances de bourse sur l'Eurolist d'Euronext précédant la fixation du prix de souscription de l'augmentation moins une décote de 5 %) après, le cas échéant, correction de cette moyenne en cas de différence entre les dates de jouissance ;
 - le prix d'émission des valeurs mobilières donnant accès au capital sera tel que la somme perçue immédiatement par la Société, majorée, le cas échéant, de celle susceptible d'être perçue ultérieurement par elle, soit, pour chaque action émise en conséquence de l'émission de ces valeurs mobilières, au moins égale au prix de souscription minimum défini à l'alinéa précédent ;
 - la conversion, le remboursement ou généralement la transformation en actions de chaque valeur mobilière donnant accès au capital se fera, compte tenu de la valeur nominale de l'obligation ou de ladite valeur mobilière, en un nombre d'actions tel que la somme perçue par la Société, pour chaque action, soit au moins égale au prix de souscription minimum défini au 1^{er} alinéa du présent paragraphe 9 ;
10. décide que le Directoire aura tous pouvoirs, avec faculté de subdélégation dans les conditions fixées par la loi, pour mettre en œuvre la présente délégation de compétence, à l'effet notamment de :
 - décider l'augmentation de capital et déterminer les valeurs mobilières à émettre ;
 - décider le montant de l'augmentation de capital, le prix d'émission ainsi que le montant de la prime qui pourra, le cas échéant, être demandée à l'émission ;
 - déterminer les dates et modalités de l'augmentation de capital, la nature, les caractéristiques des valeurs mobilières à créer ; décider, en outre, dans le cas d'obligations ou d'autres titres de créance, y compris de valeurs mobilières donnant droit à l'attribution de titres de créance visés à l'article L. 228-91 du Code de Commerce, de leur caractère subordonné ou non (et, le cas échéant, de leur rang de subordination, conformément aux dispositions de l'article L.228-97 du Code de Commerce), fixer leur taux d'intérêt (notamment intérêt à taux fixe ou variable ou à coupon zéro ou indexé), leur durée (déterminée ou indéterminée) et les autres modalités d'émission (y compris le fait de leur conférer des garanties ou des sûretés) et d'amortissement (y compris de remboursement par remise d'actifs de la Société) ; le cas échéant, ces titres pourraient être assortis de bons donnant droit à l'attribution, à l'acquisition ou à la souscription d'obligations ou d'autres valeurs mobilières représentatives de créances ou prendre la forme d'obligations complexes au sens entendu par les autorités boursières (par exemple, du fait de leurs modalités de remboursement ou de rémunération ou d'autres droits tels qu'indexation, faculté

d'options) ; modifier, pendant la durée de vie des titres concernés, les modalités visées ci-dessus, dans le respect des formalités applicables ;

- déterminer le mode de libération des actions ou des valeurs mobilières donnant accès au capital à émettre immédiatement ou à terme ;
- fixer, s'il y a lieu, les modalités d'exercice des droits attachés aux actions ou aux valeurs mobilières donnant accès au capital à émettre et, notamment, arrêter la date, même rétroactive, à compter de laquelle les actions nouvelles porteront jouissance, déterminer les modalités d'exercice des droits, le cas échéant, à conversion, échange, remboursement, y compris par remise d'actifs de la Société tels que des valeurs mobilières déjà émises par la Société, ainsi que toutes autres conditions et modalités de réalisation de l'émission ;
- fixer les modalités selon lesquelles la Société aura, le cas échéant, la faculté d'acheter ou d'échanger en bourse, à tout moment ou pendant des périodes déterminées, les valeurs mobilières émises ou à émettre immédiatement ou à terme en vue de les annuler ou non, compte tenu des dispositions légales ;
- prévoir la faculté de suspendre éventuellement l'exercice des droits attachés aux titres émis en conformité avec les dispositions légales et réglementaires ;
- en cas d'émission de valeurs mobilières à l'effet de rémunérer des titres apportés dans le cadre d'une offre publique d'échange (OPE), arrêter la liste des valeurs mobilières apportées à l'échange, fixer les conditions de l'émission, la parité d'échange ainsi que, le cas échéant, le montant de la soule en espèces à verser et déterminer les modalités de l'émission dans le cadre, soit d'une OPE, d'une offre alternative d'achat ou d'échange, soit d'une offre unique proposant l'achat ou l'échange des titres visés contre un règlement en titres et en numéraire, soit d'une offre publique d'achat (OPA) ou d'échange à titre principal, assortie d'une OPE ou d'une OPA à titre subsidiaire, ou de toute autre forme d'offre publique conforme à la loi et la réglementation applicables à ladite offre publique ;
- à sa seule initiative, imputer les frais des augmentations de capital sur le montant des primes qui y sont afférentes et prélever sur ce montant les sommes nécessaires pour porter la réserve légale au dixième du nouveau capital après chaque augmentation de capital ;
- fixer et procéder à tous ajustements destinés à prendre en compte l'incidence d'opérations sur le capital de la Société, notamment en cas de modification du nominal de l'action, d'augmentation de capital par incorporation de réserves, d'attribution gratuite d'actions, de division ou de regroupement de titres, de distribution de réserves ou de tous autres actifs, d'amortissement du capital, ou de toute autre opération portant sur les capitaux propres, et fixer les modalités selon lesquelles sera assurée, le cas échéant, la préservation des droits des titulaires de valeurs mobilières donnant accès au capital ;
- constater la réalisation de chaque augmentation de capital et procéder aux modifications corrélatives des statuts ;
- d'une manière générale, passer toute convention notamment pour parvenir à la bonne fin des émissions envisagées, prendre toutes mesures et effectuer toutes formalités utiles à l'émission, à la cotation et au service financier des titres émis en vertu de la présente délégation ainsi qu'à l'exercice des droits qui y sont attachés ;

11. prend acte du fait que la présente délégation prive d'effet à compter de ce jour, à hauteur, le cas échéant, de la partie non encore utilisée, toute délégation antérieure ayant le même objet, c'est-à-dire toute délégation globale de compétence relative à l'augmentation du capital, sans droit préférentiel de souscription, couvrant les valeurs mobilières et opérations visées à la présente résolution ;
12. prend acte du fait que, dans l'hypothèse où le Directoire viendrait à utiliser la délégation de compétence qui lui est conférée dans la présente résolution, il rendra compte à l'Assemblée Générale Ordinaire suivante, conformément à la loi et à la réglementation, de l'utilisation faite des autorisations conférées dans la présente résolution.

SEIZIÈME RESOLUTION

(Possibilité d'émettre des actions sans droit préférentiel de souscription en rémunération d'apports en nature portant sur des titres de capital ou des valeurs mobilières donnant accès au capital)

L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Extraordinaires, connaissance prise du rapport du Directoire, et conformément aux dispositions des articles L. 225-129 et suivants du Code de Commerce, et notamment de l'article L. 225-147, 6^e alinéa dudit Code, donne, dans la limite de 10 % du capital social à quelque moment que ce soit, ce pourcentage s'appliquant à un capital ajusté en fonction des opérations l'affectant postérieurement à la présente Assemblée Générale, soit, à titre indicatif, au 31 décembre 2004, 22 199 366 actions, tous pouvoirs au Directoire, avec faculté de subdélégation dans les conditions fixées par la loi, à l'effet de rémunérer des apports en nature consentis à la Société et constitués de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital, lorsque les dispositions de l'article L. 225-148 du Code de Commerce ne sont pas applicables, d'arrêter la liste des valeurs mobilières apportées, d'approuver ou de réduire l'évaluation des apports et l'octroi d'avantages particuliers et de constater la réalisation de l'augmentation de capital.

La présente délégation est donnée pour une période de vingt-six mois à compter de ce jour.

DIX-SEPTIÈME RÉOLUTION

(Délégation de compétence à donner au Directoire à l'effet de décider l'augmentation du capital social par incorporation de primes, réserves, bénéfices ou autres)

L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Ordinaires, connaissance prise du rapport du Directoire et conformément aux dispositions de l'article L. 225-130 du Code de Commerce :

1. délègue au Directoire sa compétence pour décider l'augmentation du capital social en une ou plusieurs fois dans la proportion et aux époques qu'il appréciera par incorporation de primes, réserves, bénéfices ou autres dont la capitalisation sera légalement et statutairement possible, sous forme d'attribution d'actions gratuites ou d'élévation du montant du capital social ou par l'emploi conjoint de ces deux procédés. Le montant nominal maximal des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées à ce titre ne pourra dépasser 2 000 000 euros, étant précisé que ce montant s'imputera sur le montant du plafond global prévu au paragraphe 3 de la quatorzième résolution de la présente assemblée ;
2. en cas d'usage par le Directoire de la présente délégation de compétence, délègue à ce dernier tous pouvoirs, avec faculté de subdélégation dans les conditions fixées par la loi, pour mettre en œuvre la présente délégation, à l'effet notamment de :
 - fixer le montant et la nature des sommes à incorporer au capital, fixer le nombre d'actions nouvelles à émettre et/ou le montant dont le capital social sera augmenté, arrêter la date, même rétroactive, à compter de laquelle les actions nouvelles porteront jouissance ou celle à laquelle l'élévation du montant du capital social portera effet ;
 - décider, en cas de distribution d'actions gratuites :
 - que les droits formant rompus ne seront pas négociables et que les actions correspondantes seront vendues ; les sommes provenant de la vente seront allouées aux titulaires des droits dans les conditions prévues par la loi et la réglementation ;
 - de procéder à tous ajustements destinés à prendre en compte l'incidence d'opérations sur le capital de la Société, notamment en cas de modification du nominal de l'action, d'augmentation de capital par incorporation de réserves, d'attribution gratuite d'actions, de division ou de regroupement de titres, de distribution de réserves ou de tous autres actifs, d'amortissement du capital, ou de toute autre opération portant sur les capitaux propres, et fixer les modalités selon lesquelles sera assurée, le cas échéant, la préservation des droits des titulaires de valeurs mobilières donnant accès au capital ;
 - de constater la réalisation de chaque augmentation de capital et de procéder aux modifications corrélatives des statuts ;
 - d'une manière générale, de passer toute convention, prendre toutes mesures et effectuer toutes formalités utiles à l'émission, à la cotation et au service financier des titres émis en vertu de la présente délégation ainsi qu'à l'exercice des droits qui y sont attachés ;

3. prend acte du fait que cette délégation prive d'effet à compter de ce jour à hauteur, le cas échéant, de la partie non encore utilisée, toute délégation antérieure ayant le même objet c'est-à-dire toute délégation de compétence relative à l'augmentation du capital social par incorporation de primes, réserves, bénéfices ou autres. Elle est donnée pour une période de vingt-six mois à compter de ce jour.

DIX-HUITIÈME RÉOLUTION

(Délégation de compétence à donner au Directoire à l'effet d'augmenter le nombre de titres à émettre (option de sur-allocation) en cas d'augmentation de capital avec ou sans droit préférentiel de souscription)

L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité des assemblées extraordinaires, conformément aux dispositions de l'article L.225-135-1 du Code de Commerce :

1. délègue au Directoire sa compétence pour décider d'augmenter le nombre de titres à émettre en cas d'augmentation du capital social de la Société, avec ou sans droit préférentiel de souscription, au même prix que celui retenu pour l'émission initiale, dans les délais et limites prévus par la réglementation applicable ;
2. décide que le montant nominal des augmentations de capital décidées par la présente résolution s'imputera sur le montant du plafond global prévu au paragraphe 3 de la quatorzième résolution de la présente assemblée.

La présente autorisation est donnée pour une période de vingt-six mois à compter du jour de la présente assemblée.

DIX-NEUVIÈME RÉOLUTION

(Délégation de compétence à donner au Directoire pour décider l'augmentation du capital social par émission d'actions ou de valeurs mobilières donnant accès au capital réservées aux adhérents de plans d'épargne d'entreprise avec suppression du droit préférentiel de souscription au profit de ces derniers)

L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Générales Extraordinaires, connaissance prise du rapport du Directoire et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, et conformément d'une part aux dispositions des articles L.225-129-6 et L.225-138-1 du Code de Commerce, et d'autre part, à celles des articles L.443-1 et suivants du Code du travail :

1. délègue au Directoire sa compétence pour décider l'augmentation du capital social, en une ou plusieurs fois, d'un montant nominal maximal de 20 000 euros, par émissions d'actions ou de valeurs mobilières donnant accès au capital réservées aux adhérents d'un ou plusieurs plans d'épargne d'entreprise (ou autre plan aux adhérents duquel l'article L. 443-5 du Code du Travail permettrait de réserver une augmentation de capital dans des conditions équivalentes) qui seraient mis en place au sein du Groupe constitué par la Société et les entreprises, françaises ou étrangères,

- entrant dans le périmètre de consolidation ou de combinaison des comptes de la Société en application de l'article L. 444-3 du Code du Travail ; étant précisé que le montant nominal maximum des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées immédiatement ou à terme en vertu de la présente délégation s'imputera sur le montant du plafond global prévu au paragraphe 3 de la quatorzième résolution de la présente assemblée ;
2. fixe à vingt-six mois, à compter du jour de la présente assemblée, la durée de validité de la délégation d'émission faisant l'objet de la présente délégation ;
 3. décide que le prix d'émission des actions nouvelles ou des valeurs mobilières nouvelles donnant accès au capital sera déterminé dans les conditions prévues à l'article L.443-5 du Code du Travail et sera égal à 80 % du Prix de Référence (telle que cette expression est définie ci-après) ou à 70 % du Prix de Référence lorsque la durée d'indisponibilité prévue par le plan en application de l'article L.443-6 du Code du Travail est supérieure ou égale à 10 ans ; toutefois, l'Assemblée Générale autorise expressément le Directoire, s'il le juge opportun, à réduire ou supprimer les décotes susmentionnées, dans les limites légales et réglementaires, afin de tenir compte des régimes juridiques, comptables, fiscaux et sociaux applicables localement ; pour les besoins du présent paragraphe, le Prix de Référence désigne la moyenne des premiers cours cotés de l'action de la Société sur l'Eurolist d'Euronext lors des vingt séances de bourse précédant le jour de la décision fixant la date d'ouverture de la souscription pour les adhérents à un plan d'épargne d'entreprise ;
 4. autorise le Directoire à attribuer, à titre gratuit, aux bénéficiaires ci-dessus indiqués, en complément des actions ou valeurs mobilières donnant accès au capital à souscrire en numéraire, des actions ou valeurs mobilières donnant accès au capital à émettre ou déjà émises, à titre de substitution de tout ou partie de la décote par rapport au Prix de Référence et/ou d'abondement, étant entendu que l'avantage résultant de cette attribution ne pourra excéder les limites légales ou réglementaires en application des articles L.443-5 et L.443-7 du Code du Travail ;
 5. décide de supprimer au profit des bénéficiaires ci-dessus indiqués le droit préférentiel de souscription des actionnaires aux titres faisant l'objet de la présente autorisation ;
 6. décide que le Directoire aura tous pouvoirs pour mettre en œuvre la présente délégation, avec faculté de subdélégation dans les conditions légales, dans les limites et sous les conditions précisées ci-dessus à l'effet notamment :
 - d'arrêter dans les conditions légales la liste des sociétés dont les salariés, préretraités et retraités, pourront souscrire aux actions ou valeurs mobilières donnant accès au capital émises et bénéficier, le cas échéant, des actions ou valeurs mobilières donnant accès au capital, gratuites ;
 - de décider que les souscriptions pourront être réalisées directement ou par l'intermédiaire de fonds communs de placement d'entreprise ou d'autres structures ou entités permises par les dispositions légales ou réglementaires applicables ;
 7. décide que cette autorisation prive d'effet à compter de ce jour à hauteur, le cas échéant, de la partie non encore utilisée, toute délégation antérieure donnée au Directoire à l'effet d'augmenter le capital social de la Société par émission d'actions réservées aux adhérents de plans d'épargne, avec suppression du droit préférentiel de souscription au profit de ces derniers.
- de déterminer les conditions, notamment d'ancienneté, que devront remplir les bénéficiaires des augmentations de capital ;
 - d'arrêter les dates d'ouverture et de clôture des souscriptions ;
 - de fixer les montants des émissions qui seront réalisées en vertu de la présente autorisation et les caractéristiques des titres à émettre, et d'arrêter notamment les prix d'émission, dates, délais, modalités et conditions de souscription, de libération, de délivrance et de jouissance des titres (même rétroactive), ainsi que les autres conditions et modalités des émissions, dans les limites légales ou réglementaires en vigueur ;
 - en cas d'attribution gratuite d'actions ou d'autres titres donnant accès au capital, de fixer le nombre d'actions ou de valeurs mobilières donnant accès au capital à émettre, le nombre à attribuer à chaque bénéficiaire, et d'arrêter les dates, délais, modalités et conditions d'attribution de ces actions ou valeurs mobilières donnant accès au capital dans les limites légales ou réglementaires en vigueur et notamment choisir, soit de substituer totalement ou partiellement l'attribution de ces actions ou valeurs mobilières donnant accès au capital aux décotes par rapport au Prix de Référence prévues ci-dessus, soit d'imputer la contre-valeur de ces actions et valeurs mobilières sur le montant total de l'abondement, soit de combiner ces deux possibilités ;
 - de constater la réalisation des augmentations de capital à concurrence du montant des actions qui seront souscrites (après éventuelle réduction en cas de sur-souscription) ;
 - le cas échéant, imputer les frais des augmentations de capital sur le montant des primes qui y sont afférentes et prélever sur ce montant les sommes nécessaires pour porter la réserve légale au dixième du nouveau capital après chaque augmentation de capital ;
 - de conclure tous accords, d'accomplir directement ou indirectement par mandataire toutes opérations et modalités en ce compris procéder aux formalités consécutives aux augmentations de capital et aux modifications corrélatives des statuts ;
 - d'une manière générale, de passer toute convention notamment pour parvenir à la bonne fin des émissions envisagées, de prendre toutes mesures et d'effectuer toutes formalités utiles à l'émission, à la cotation et au service financier des titres émis en vertu de la présente délégation ainsi qu'à l'exercice des droits qui y sont attachés ou consécutives aux augmentations de capital réalisées ;

VINGTIÈME RÉOLUTION

(Délégation de compétence à donner au Directoire à l'effet de consentir des options de souscription ou d'achat d'actions au profit de salariés ou mandataires sociaux du Groupe ou de certains d'entre eux)

L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Extraordinaires, après avoir pris connaissance du rapport du Directoire et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes :

1. autorise le Directoire, dans le cadre des dispositions des articles L. 225-177 à L. 225-185 du Code de Commerce, à consentir, en une ou plusieurs fois, au bénéfice des membres du personnel qu'il déterminera parmi les salariés et éventuellement les mandataires sociaux de la Société, des sociétés ou groupements français et étrangers détenus à 50 % au moins par la Société et de la société JCDecaux Holding, des options donnant droit à la souscription d'actions nouvelles de la Société à émettre à titre d'augmentation de son capital, ainsi que des options donnant droit à l'achat d'actions de la Société provenant de rachats effectués par la Société dans les conditions prévues par la loi ;
2. décide que les options de souscription et les options d'achat consenties en vertu de cette autorisation ne pourront donner droit à un nombre total d'actions supérieur à 4 % du capital social au jour de la présente assemblée et que le montant nominal des augmentations de capital résultant de la levée d'options de souscription d'actions consenties en vertu de la présente délégation de compétence s'imputera sur le montant du plafond global prévu au paragraphe 3 de la quatorzième résolution de la présente assemblée ;
3. décide que le prix à payer lors de l'exercice des options de souscription ou d'achat d'actions sera fixé par le Directoire le jour où les options seront consenties et que (i) dans le cas d'octroi d'options de souscription, ce prix ne pourra pas être inférieur à 80 % de la moyenne des premiers cours cotés de l'action de la Société sur l'Eurolist d'Euronext lors des vingt séances de bourse précédant le jour où les options de souscription seront consenties, et (ii) dans le cas d'octroi d'options d'achat d'actions, ce prix ne pourra être inférieur ni à la valeur indiquée au (i) ci-dessus, ni à 80 % du cours moyen d'achat des actions détenues par la Société au titre des articles L. 225-208 et L. 225-209 du Code de Commerce. Si la Société réalise l'une des opérations prévues par l'article L. 225-181 du Code de Commerce, le Directoire prendra, dans les conditions prévues par la réglementation alors en vigueur, les mesures nécessaires à la protection des intérêts des bénéficiaires, y compris, le cas échéant, en procédant à un ajustement du nombre des actions pouvant être obtenues par l'exercice des options consenties aux bénéficiaires pour tenir compte de l'incidence de cette opération ;
4. constate que la présente autorisation emporte, au profit des bénéficiaires des options de souscription, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions qui seront émises au fur et à mesure de l'exercice des options de souscription. L'augmentation du capital social résultant de l'exercice des options de souscription sera définitivement réalisée par le seul fait de la déclaration de l'exercice d'option accompagnée des bulletins de souscription et des versements de libération qui pourront être effectués en numéraire ou par compensation avec des créances sur la Société ;
5. en conséquence, l'Assemblée Générale confère tous pouvoirs au Directoire pour mettre en oeuvre la présente autorisation et à l'effet notamment :
 - d'arrêter la liste des bénéficiaires d'options et le nombre d'options allouées à chacun d'eux ;
 - de fixer les modalités et conditions des options, et notamment :
 - la durée de validité des options, étant entendu que les options devront être exercées dans un délai maximal de 7 ans ;
 - la ou les dates ou périodes d'exercice des options, étant entendu que le Directoire pourra (a) anticiper les dates ou périodes d'exercice des options, (b) maintenir le caractère exerçable des options, ou (c) modifier les dates ou périodes pendant lesquelles les actions obtenues par l'exercice des options ne pourront être cédées ou mises au porteur ;
 - des clauses éventuelles d'interdiction de revente immédiate de tout ou partie des actions sans que le délai imposé pour la conservation des titres puisse excéder trois ans à compter de la levée d'option ;
 - le cas échéant, de limiter, suspendre, restreindre ou interdire l'exercice des options ou la cession ou la mise au porteur des actions obtenues par l'exercice des options, pendant certaines périodes ou à compter de certains événements, sa décision pouvant porter sur tout ou partie des options ou des actions ou concerner tout ou partie des bénéficiaires ;
 - d'arrêter la date de jouissance, même rétroactive, des actions nouvelles provenant de l'exercice des options de souscription ;
6. décide que le Directoire aura également, avec faculté de subdélégation dans les conditions légales, tous pouvoirs pour constater la réalisation des augmentations de capital à concurrence du montant des actions qui seront effectivement souscrites par l'exercice des options de souscription, modifier les statuts en conséquence, et sur sa seule décision et, s'il le juge opportun, imputer les frais des augmentations de capital sur le montant des primes afférentes à ces opérations et prélever sur ce montant les sommes nécessaires pour porter la réserve légale au dixième du nouveau capital après chaque augmentation, et effectuer toutes formalités nécessaires à la cotation des titres ainsi émis, toutes déclarations auprès de tous organismes et faire tout ce qui serait autrement nécessaire ;
7. décide que cette autorisation prive d'effet à compter de ce jour à hauteur, le cas échéant, de la partie non encore utilisée, toute délégation antérieure donnée au Directoire à l'effet de consentir des options de souscription ou d'achat d'actions. Elle est donnée pour une période de vingt-six mois à compter de ce jour.

VINGT-ET-UNIÈME RÉOLUTION

(Délégation de compétence à donner au Directoire à l'effet de procéder à des attributions gratuites d'actions existantes ou à émettre au profit des salariés ou mandataires sociaux du Groupe ou de certains d'entre eux)

L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Extraordinaires, après avoir pris connaissance du rapport du Directoire et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes :

1. autorise le Directoire, dans le cadre des dispositions des articles L. 225-197-1 et suivants du Code de Commerce, à procéder, en une ou plusieurs fois, à des attributions gratuites d'actions existantes ou à émettre (à l'exclusion d'actions de préférence), au profit des bénéficiaires qu'il déterminera parmi les membres du personnel de la Société ou des sociétés ou groupements qui lui sont liés dans les conditions prévues à l'article L. 225-197-2 dudit Code et les mandataires sociaux visés à l'article L. 225-197-1, II, dans les conditions définies ci-après ;
2. décide que les actions existantes ou à émettre attribuées en vertu de cette autorisation ne pourront pas représenter plus de 0,5 % du capital social au jour de la présente assemblée ; étant précisé que le montant nominal maximal des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées immédiatement ou à terme en vertu de la présente délégation s'imputera sur le montant du plafond global prévu au paragraphe 3 de la quatorzième résolution de la présente assemblée ;
3. décide que l'attribution des dites actions à leurs bénéficiaires deviendra définitive au terme d'une période d'acquisition minimale de 2 ans et que les bénéficiaires devront conserver les dites actions pendant une durée minimale de 2 ans à compter de l'attribution définitive des dites actions ;
4. confère tous pouvoirs au Directoire à l'effet de mettre en œuvre la présente autorisation et à l'effet notamment de :
 - déterminer l'identité des bénéficiaires des attributions d'actions parmi les membres du personnel de la Société ou des sociétés ou groupements sus-visés ;
 - fixer les conditions et, le cas échéant, les critères d'attribution des actions ;
 - en cas d'émission d'actions nouvelles, imputer, le cas échéant, sur les réserves, bénéfices ou primes d'émission, les sommes nécessaires à la libération des dites actions ;
5. prend acte du fait que, dans l'hypothèse où le Directoire viendrait à faire usage de la présente autorisation, il informera chaque année l'Assemblée Générale Ordinaire des opérations réalisées en vertu des dispositions prévues aux articles L. 225-197-1 à L. 225-197-3 du Code de Commerce, dans les conditions prévues par l'article L.225-197-4 dudit Code ;
6. décide que cette autorisation est donnée pour une période de vingt-six mois à compter de ce jour.

VINGT-DEUXIÈME RÉOLUTION

(Délégation à donner au Directoire à l'effet de réduire le capital social par annulation des actions auto-détenues)

L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité des Assemblées Extraordinaires, connaissance prise du rapport du Directoire et du rapport spécial des Commissaires aux Comptes, autorise le Directoire à réduire le capital social, en une ou plusieurs fois, dans les proportions et aux époques qu'il décidera, par annulation de toute quantité d'actions auto-détenues qu'il décidera dans les limites autorisées par la loi, conformément aux dispositions des articles L.225-209 et suivants du Code de Commerce.

Le nombre maximal d'actions pouvant être annulé par la Société en vertu de la présente autorisation, pendant une période de vingt-quatre mois, est de dix pour cent (10 %) des actions composant le capital de la Société, étant rappelé que cette limite s'applique à un montant du capital de la Société qui sera, le cas échéant, ajusté pour prendre en compte des opérations affectant le capital social postérieurement à la présente Assemblée Générale.

Cette autorisation prive d'effet à compter de ce jour à hauteur, le cas échéant, de la partie non encore utilisée, toute délégation antérieure donnée au Directoire à l'effet de réduire le capital social par annulation d'actions auto-détenues. Elle est donnée pour une période de dix-huit mois à compter de ce jour.

L'Assemblée Générale confère tous pouvoirs au Directoire, avec faculté de délégation, pour réaliser la ou les opérations d'annulation et de réduction de capital qui pourraient être réalisées en vertu de la présente autorisation, modifier en conséquence les statuts et accomplir toutes formalités.

VINGT-TROISIÈME RÉOLUTION

(Modifications statutaires)

L'Assemblée Générale statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les Assemblées Extraordinaires, connaissance prise du rapport du Directoire, décide de modifier ainsi qu'il suit :

1. L'article 9 des statuts ("Forme des titres") afin d'en simplifier la rédaction et de le mettre en harmonie avec les dispositions de l'Ordonnance n° 2004-604 du 24 juin 2004 portant réforme du régime des valeurs mobilières émises par les sociétés commerciales :

Le 4^e paragraphe du point "1) Identification des actionnaires" se lira comme suit :

"En vue de l'identification des détenteurs des titres au porteur, la Société pourra demander à tout moment au dépositaire central **qui assure la tenue du compte émission de ses titres**, selon le cas, le nom ou la dénomination, la nationalité, l'année de naissance ou de constitution et l'adresse des détenteurs de titres conférant immé-

diatement ou à terme le droit de vote dans ses propres assemblées ainsi que la quantité de titres détenue par chacun d'eux et, le cas échéant, les restrictions dont les titres peuvent être frappés."

Le 6^e paragraphe du point "1) Identification des actionnaires" se lira comme suit :

"S'il s'agit de titres de forme nominative, donnant immédiatement ou à terme accès au capital, l'intermédiaire inscrit dans les conditions prévues à l'article L.228-1 du Code de Commerce est tenu, dans un délai fixé par décret, de révéler l'identité des propriétaires de ces titres ainsi que la quantité de titres détenus par chacun d'eux sur simple demande de la Société ou de son mandataire, laquelle peut être présentée à tout moment."

Le 7^e paragraphe du point "1) Identification des actionnaires" se lira comme suit :

"Aussi longtemps que la Société estimera que certains détenteurs dont l'identité lui aura été communiquée le sont pour le compte de tiers propriétaires des titres, elle est en droit de demander à ces détenteurs de révéler l'identité des propriétaires de ces titres ainsi que la quantité de titres détenus par chacun d'eux, dans les conditions prévues aux articles L.228-2 II et L.228-3 du Code de Commerce."

Le 9^e paragraphe du point "1) Identification des actionnaires" se lira comme suit :

"L'intermédiaire qui a satisfait aux obligations prévues aux alinéas 7 et 8 de l'article L.228-1 du Code de Commerce peut, en vertu d'un mandat général de gestion des titres, transmettre pour une assemblée le vote ou le pouvoir d'un propriétaire d'actions tel qu'il a été défini au 3^e alinéa du même article."

Le 10^e paragraphe du point "1) Identification des actionnaires" se lira comme suit :

"Avant de transmettre des pouvoirs ou des votes en assemblée générale, l'intermédiaire inscrit conformément à l'article L.228-1 du Code de Commerce, est tenu à la demande de la Société ou de son mandataire, de fournir la liste des propriétaires non résidents des actions auxquelles ces droits de vote sont attachés ainsi que la quantité d'actions détenues par chacun d'eux. Cette liste est fournie dans les conditions prévues, selon le cas, aux articles L.228-2 ou L.228-3 du Code de Commerce."

Les autres paragraphes du point "1) Identification des actionnaires" sont inchangés.

Le 1^{er} paragraphe du point "2) Franchissements de seuils" se lira comme suit :

"Outre les déclarations de franchissements de seuils expressément prévues par l'article L.233-7 alinéas 1 et 2 du Code de Commerce, toute personne physique ou morale, agissant seule ou de concert, venant à détenir directement ou indirectement, par l'intermédiaire d'une ou plusieurs personnes morales qu'elle contrôle au sens de l'article L.233-3 du Code de Commerce, un nombre d'actions représentant un pourcentage égal ou supérieur à 2 % du capital

ou des droits de vote, puis à toute tranche supplémentaire de 1 %, y compris au-delà des seuils de déclaration légaux, doit informer la Société du nombre total d'actions ou de droits de vote qu'elle possède, ainsi que des titres donnant accès à terme au capital et des droits de vote qui y sont potentiellement attachés, par lettre recommandée avec accusé de réception, dans le délai de cinq jours de bourse à compter du franchissement de seuil."

Le 2^e paragraphe du point "2) Franchissements de seuils" est supprimé.

Les 3^e et 4^e paragraphes du point "2) Franchissements de seuils" deviennent les 2^e et 3^e paragraphes et sont inchangés.

2. L'article 14 des statuts ("Organisation et fonctionnement du Directoire") afin de modifier/améliorer les modalités de fonctionnement du Directoire.

Le 1^{er} paragraphe du point 3 est remplacé par les dispositions suivantes :

"Les délibérations sont constatées par des procès-verbaux signés par le Président et un membre du Directoire ou, en cas d'empêchement du Président, par 2 membres du Directoire".

Il est ajouté un point 4, rédigé comme suit :

"Sont réputés présents pour le calcul du quorum et de la majorité les membres du Directoire qui participent à la réunion par des moyens de visioconférence qui permettent la transmission de la parole et de l'image animée des membres en temps réel et continu. Ces moyens doivent également permettre à chacun des membres d'être vus par tous ainsi que de prendre connaissance de l'ensemble des documents présentés en séance."

Le point 4 devient le point 5 et est inchangé.

3. L'article 21 des statuts ("Conventions réglementées") afin d'en alléger la rédaction.

Au 3^e paragraphe, les mots "article L.225-86 du Code de Commerce" sont supprimés.

Le reste de l'article est inchangé.

4. L'article 23 des statuts ("Assemblées Générales") afin d'en adapter la rédaction compte-tenu des dispositions de l'Ordonnance n° 2004-604 du 24 juin 2004 portant réforme du régime des valeurs mobilières émises par les sociétés commerciales.

Le 3^e alinéa du point 2 est rédigé comme suit :

"L'intermédiaire qui a satisfait aux obligations prévues aux alinéas 7 et 8 de l'article L.228-1 du Code de Commerce peut, en vertu d'un mandat général de gestion des titres, transmettre pour une assemblée, le vote ou le pouvoir d'un propriétaire d'actions tel qu'il a été défini au 3^e alinéa de cet article."

Le reste de l'article est inchangé.

VINGT-QUATRIÈME RÉSOLUTION

(Pouvoirs pour les formalités)

L'Assemblée Générale donne tous pouvoirs au porteur de copies ou d'extraits du procès-verbal des présentes délibérations pour faire toutes déclarations et remplir toutes formalités légales, dépôt, publicité ou autres.

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale, nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés de la société JCDecaux SA relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2004, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le Directoire. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

I. OPINION SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes consolidés sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation.

II. JUSTIFICATION DES APPRÉCIATIONS

En application des dispositions de l'article L. 225-235 du Code de Commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

Comme il est précisé dans la note 1.8 de l'annexe aux comptes consolidés, la Direction du groupe JCDecaux réalise une évaluation des immobilisations corporelles, incorporelles et des écarts d'acquisition en fonction des perspectives de rentabilité future.

Conformément à la norme professionnelle française applicable aux estimations comptables, nous avons apprécié les données et les hypothèses sur lesquelles ces estimations sont fondées, notamment dans le cadre de la détermination de la valeur d'usage de ces actifs à des fins de comparaison avec leur valeur comptable. Cette valeur d'usage est appréhendée au niveau de chacun des segments d'activité, sur la base notamment, des prévisions des flux de trésorerie préparées par le Groupe. Nous avons procédé à l'appréciation du caractère raisonnable de ces estimations.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes consolidés, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion sans réserve, exprimée dans la première partie de ce rapport.

III. VÉRIFICATION SPÉCIFIQUE

Par ailleurs, nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations données dans le rapport sur la gestion du Groupe.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Paris et Neuilly-sur-Seine, le 15 mars 2005
Les Commissaires aux Comptes

Claude Chezaud **Michel Rosse**
FIDUCIAIRE REVISIONION
MAZARS
Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Paris
169, boulevard Malesherbes
75017 PARIS
S.A. au capital de € 128 400

Gilles Galippe
BARBIER FRINAULT & AUTRES
ERNST & YOUNG
Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles
41, rue Ybry
92576 Neuilly-sur-Seine Cedex
S.A.S. à capital variable minimum de € 37 000

RAPPORT PARTICULIER DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES ÉTATS DE RAPPROCHEMENTS IFRS DE L'EXERCICE 2004

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

A la suite de la demande qui nous a été faite et en notre qualité de Commissaires aux Comptes de la société JCDecaux SA, nous avons effectué un audit des états de rapprochement présentant l'impact du passage au référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union Européenne sur les capitaux propres et le résultat consolidés de la société, pour l'exercice clos le 31 décembre 2004 (les "rapprochements IFRS"), tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Les rapprochements IFRS ont été établis sous la responsabilité du Directoire, dans le cadre du passage au référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union Européenne pour l'établissement des comptes consolidés de l'exercice 2005, à partir des comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2004 préparés en conformité avec les règles et principes comptables français (les "comptes consolidés"), qui ont fait l'objet de notre part d'un audit selon les normes professionnelles applicables en France. Notre audit nous a conduit à exprimer une opinion sans réserve sur ces comptes consolidés. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur les rapprochements IFRS.

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les rapprochements IFRS ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces rapprochements. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour leur établissement et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

A notre avis, les rapprochements IFRS ont été établis, dans tous leurs aspects significatifs, conformément aux règles d'élaboration décrites dans les notes annexes, lesquelles précisent comment la norme IFRS 1 et les autres normes comptables internationales adoptées dans l'Union Européenne ont été appliquées et indiquent les normes, interprétations, règles et méthodes comptables qui, selon la direction, devraient être applicables pour l'établissement des comptes consolidés de l'exercice 2005 selon le référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union Européenne.

Sans remettre en cause l'opinion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur la note III. *Explications de la transition aux IFRS* qui expose les raisons pour lesquelles les rapprochements IFRS relatifs à l'exercice 2004 présentés dans les comptes consolidés de l'exercice 2005 pourraient être différents des rapprochements IFRS joints au présent rapport.

Par ailleurs, nous rappelons que, s'agissant de préparer le passage au référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union Européenne pour l'établissement des comptes consolidés de l'exercice 2005, les rapprochements IFRS ne constituent pas des comptes consolidés établis selon le référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union Européenne, permettant de donner, au regard de ce référentiel, une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation.

Paris et Neuilly-sur-Seine, le 31 mars 2005
Les Commissaires aux Comptes

Claude Chezaud **Michel Rosse**
FIDUCIAIRE REVISIONION
MAZARS
Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Paris
169, boulevard Malesherbes
75017 PARIS
S.A. au capital de € 128 400

Gilles Galippe
BARBIER FRINAULT & AUTRES
ERNST & YOUNG
Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles
41, rue Ybry
92576 Neuilly-sur-Seine Cedex
S.A.S. à capital variable minimum de € 37 000

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES SOCIAUX

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 décembre 2004 sur :

- le contrôle des comptes annuels de la société JCDecaux SA, tels qu'ils sont joints au présent rapport,
- la justification de nos appréciations,
- les vérifications spécifiques et les informations prévues par la loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le Directoire. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

I. OPINION SUR LES COMPTES ANNUELS

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

II. JUSTIFICATION DES APPRÉCIATIONS

En application des dispositions de l'article L. 225-235, du Code de Commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

Comme il est précisé dans la note 1.2.1.3 de l'annexe aux comptes annuels, la Direction de la société réalise une évaluation des titres de participation en fonction des perspectives de rentabilité future.

Conformément à la norme professionnelle française applicable aux estimations comptables, nous avons apprécié les données et les hypothèses sur lesquelles ces estimations sont fondées, notamment dans le cadre de la détermination de la valeur d'usage de ces actifs à des fins de comparaison avec leur valeur comptable. Nous avons procédé à l'appréciation du caractère raisonnable de ces estimations.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes annuels, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion sans réserve exprimée dans la première partie de ce rapport.

III. VÉRIFICATION SPÉCIFIQUE

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du Directoire et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels.

En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives à l'identité des détenteurs du capital ou des droits de vote vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Paris et Neuilly-sur-Seine, le 15 mars 2005
Les Commissaires aux Comptes

Claude Chezaud **Michel Rosse**
FIDUCIAIRE REVISIONION
MAZARS
Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Paris
169, boulevard Maiesherbes
75017 PARIS
S.A. au capital de € 128 400

Gilles Galippe
BARBIER FRINAULT & AUTRES
ERNST & YOUNG
Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles
41, rue Ybry
92576 Neuilly-sur-Seine Cedex
S.A.S. à capital variable minimum de € 37 000

RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS RÉGLEMENTÉES

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de votre Société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions réglementées. En application de l'article L.225-88 du Code de Commerce, nous avons été avisés des conventions qui ont fait l'objet de l'autorisation préalable de votre Conseil de Surveillance.

Il ne nous appartient pas de rechercher l'existence éventuelle d'autres conventions mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de celles dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé. Il vous appartient, selon les termes de l'article 117 du décret du 23 mars 1967 d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France : ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

CONVENTIONS AUTORISÉES AU COURS DE L'EXERCICE

Avec la Société JCDecaux SA

Nature et objet

Votre Conseil de Surveillance du 16 mars 2004 a autorisé l'acquisition, par la Société, de marques, modèles et brevets appartenant à M. Jean-Claude Decaux, Président du Conseil de Surveillance, pour un montant de 86 426,31 euros correspondant aux stricts coûts de dépôt et de maintien de ces droits de propriété industrielle.

Personne intéressée : M. Jean-Claude Decaux.

Nature et objet

Votre Conseil de Surveillance du 16 mars 2004 a autorisé l'attribution par la Société à M. Robert Caudron, Membre du Directoire et Directeur Général Opérations, d'une indemnité conventionnelle en cas de rupture de son contrat de travail du fait de la Société.

Personne intéressée : M. Robert Caudron.

Nature et objet

Votre Conseil de Surveillance du 12 mai 2004 a autorisé la cession par MM. Jean-Charles Decaux, Jean-François Decaux et Jean-Sébastien Decaux, de leurs titres de propriété sur les brevets "Affichage Gigogne" utilisés par l'ensemble des sociétés du Groupe, pour un prix équivalent au remboursement des frais engagés pour la maintenance de ces titres, représentant un montant global de 16 423,93 euros.

Personnes intéressées : MM. Jean-Charles Decaux et Jean-François Decaux, respectivement Président du Directoire et Directeur Général.

Nature et objet

Votre Conseil de Surveillance du 12 mai 2004 a autorisé l'acquisition par JCDecaux Deutschland, filiale de JCDecaux SA, des 150 000 titres détenus par SIMU, filiale de JCDecaux Holding, dans la société Georg Zacharias GmbH, à la valeur nette comptable soit un montant d'environ 4,2 millions d'euros.

Modalités

Au 31 décembre 2004, cette acquisition n'était pas réalisée.

Personnes intéressées : MM. Jean-Claude Decaux, Jean-Charles Decaux et Jean-François Decaux, ainsi que la société JCDecaux Holding.

Nature et objet

Votre Conseil de Surveillance du 9 juillet 2004 a autorisé l'apport par JCDecaux SA de ses participations dans les sociétés slovaque et tchèque, JCDecaux Slovakia sro et JCDecaux Mestsky Mobiliar Spol sro, à la société autrichienne Aussenwerbung Tschechien-Slowakei Beteiligungs GmbH. En rémunération de ses apports, JCDecaux SA recevra de la société Gewista 55 % du capital de Aussenwerbung Tschechien-Slowakei Beteiligungs GmbH.

Modalités

Au 31 décembre 2004, cet apport n'était pas réalisé.

Personne intéressée : M. Jean-François Decaux, Directeur Général.

Par ailleurs, en application du décret du 23 mars 1967, nous avons été informés que l'exécution des conventions suivantes approuvées au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours du dernier exercice :

Avec la société JCDecaux Argentina

Nature et objet

Votre Conseil de Surveillance du 13 décembre 2002 a autorisé l'abandon par la société de la créance qu'elle détient sur sa filiale JCDecaux Argentina pour un montant de MUSD 0,9.

Cet abandon a été consenti sous la réserve du retour à meilleure fortune de la société JCDecaux Argentina ce qui supposerait avant le 31 décembre 2007 que les capitaux propres de cette filiale redeviennent supérieurs au montant du capital social.

Modalités

La condition de retour à meilleure fortune n'était pas remplie au 31 décembre 2004.

Avec la société JCDecaux Street Furniture (Australie)

Nature et objet

Votre Conseil de Surveillance du 13 décembre 2002 a autorisé l'abandon par la société de la créance qu'elle détient sur sa filiale JCDecaux Street Furniture (Australie) pour un montant de MAUD 14,6.

Cet abandon a été effectué sous la réserve du retour à meilleure fortune de la société JCDecaux Street Furniture (Australie) ce qui supposerait avant le 31 décembre 2007 que les capitaux propres de cette société redeviennent supérieurs au montant du capital social.

Modalités

La condition de retour à meilleure fortune n'était pas remplie au 31 décembre 2004.

Avec la société JCDecaux Australia

Nature et objet

Votre Conseil de Surveillance du 13 décembre 2002 a autorisé l'abandon par la société de la créance qu'elle détient sur la société JCDecaux Australia pour un montant de MAUD 2,7.

Cet abandon a été effectué sous la réserve du retour à meilleure fortune de la société JCDecaux Australia ce qui supposerait avant le 31 décembre 2007 que les capitaux propres de cette société redeviennent supérieurs au montant du capital social.

Modalités

La condition de retour à meilleure fortune n'était pas remplie au 31 décembre 2004.

Avec la société JCDecaux Norge

Nature et objet

Votre Conseil de Surveillance du 13 décembre 2002 a autorisé l'abandon par la société de la créance qu'elle détient sur sa filiale JCDecaux Norge pour un montant de MEUR 1,3.

Cet abandon a été effectué sous la réserve du retour à meilleure fortune de la société JCDecaux Norge ce qui supposerait avant le 31 décembre 2007 que les capitaux propres de cette société redeviennent supérieurs au montant du capital social.

Modalités

La condition de retour à meilleure fortune n'était pas remplie au 31 décembre 2004.

Paris et Neuilly-sur-Seine, le 15 mars 2005
Les Commissaires aux Comptes

Claude Chezaud **Michel Rosse**
FIDUCIAIRE REVISIONION
MAZARS

Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Paris
169, boulevard Malesherbes
75017 PARIS
S.A. au capital de € 128 400

Gilles Galippe
BARBIER FRINAULT & AUTRES
ERNST & YOUNG

Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles
41, rue Ybry
92576 Neuilly-sur-Seine Cedex
S.A.S. à capital variable minimum de € 37 000

RAPPORT SUR LE RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL DE SURVEILLANCE POUR CE QUI CONCERNE LES PROCÉDURES DE CONTRÔLE INTERNE RELATIVES À L'ÉLABORATION ET AU TRAITEMENT DE L'INFORMATION COMPTABLE ET FINANCIÈRE

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de la société JCDecaux SA et en application des dispositions du dernier alinéa de l'article L. 225-235 du Code de Commerce, nous vous présentons notre rapport sur le rapport établi par le Président du Conseil de Surveillance de votre société conformément aux dispositions de l'article L. 225-68 du Code de Commerce au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2004.

Il appartient au Président du Conseil de Surveillance de rendre compte, dans son rapport, notamment des conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil de Surveillance et des procédures de contrôle interne mises en place au sein de la société.

Il nous appartient de vous communiquer les observations qu'appellent, de notre part, les informations données dans le rapport du Président concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Nous avons effectué nos travaux selon la doctrine professionnelle applicable en France. Celle-ci requiert la mise en œuvre de diligences destinées à apprécier la sincérité des informations données dans le rapport du Président concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière. Ces diligences consistent notamment à :

- prendre connaissance des objectifs et de l'organisation générale du contrôle interne, ainsi que des procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, présentés dans le rapport du Président ;
- prendre connaissance des travaux sous-tendant les informations ainsi données dans le rapport.

Sur la base de ces travaux, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les informations données concernant les procédures de contrôle interne de la société relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, contenues dans le rapport du Président du Conseil de Surveillance, établi en application des dispositions du dernier alinéa de l'article L. 225-68 du Code de Commerce.

Paris et Neuilly-sur-Seine, le 15 mars 2005
Les Commissaires aux Comptes

Claude Chezaud **Michel Rosse**
FIDUCIAIRE REVISIONION
MAZARS
Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Paris
169, boulevard Malesherbes
75017 PARIS
S.A. au capital de € 128 400

Gilles Galippe
BARBIER FRINAULT & AUTRES
ERNST & YOUNG
Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles
41, rue Ybry
92576 Neuilly-sur-Seine Cedex
S.A.S. à capital variable minimum de € 37 000

RESPONSABLE DU DOCUMENT ET RESPONSABLES DU CONTRÔLE DES COMPTES

Responsable du document et responsables du contrôle des comptes	174
Honoraires des Commissaires aux Comptes	175
Avis des Commissaires aux Comptes sur le Document de Référence	176

RESPONSABLE DU DOCUMENT ET RESPONSABLES DU CONTRÔLE DES COMPTES

1. NOM ET FONCTION DU RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

M. Jean-Charles Decaux,
Président du Directoire de JCDecaux SA.

2. ATTESTATION DU RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

“À notre connaissance, les données du présent Document de Référence sont conformes à la réalité ; elles comprennent toutes les informations nécessaires aux investisseurs pour fonder leur jugement sur le patrimoine, l'activité, la situation financière, les résultats et les perspectives de JCDecaux SA, elles ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée.”

Le 7 avril 2005,

Jean-Charles Decaux
Président du Directoire

3. RESPONSABLES DU CONTRÔLE DES COMPTES ET DE L'INFORMATION

COMMISSAIRES AUX COMPTES TITULAIRES

Barbier Frinault & Autres
Ernst & Young
41, rue Ybry
92200 Neuilly-sur-Seine

représentés par M. Gilles Galippe,

nommés le 20 juin 2000 dont le mandat expirera à l'Assemblée Générale statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2005.

Fiduciaire Révisunion
Mazars
169, boulevard Malesherbes
75017 Paris

représentés par MM. Claude Chezaud et Michel Rosse,

nommés le 25 avril 1980, dont le mandat a été renouvelé le 20 juin 2000 et expirera à l'Assemblée Générale statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2005.

COMMISSAIRES AUX COMPTES SUPPLÉANTS

M. Christian Thelier
141, avenue de Wagram
75017 Paris

nommé le 23 mai 2002 et dont le mandat expirera à l'Assemblée Générale statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2005.

M. Maxime Petiet
41, rue Ybry
92200 Neuilly-sur-Seine

nommé le 20 juin 2000 et dont le mandat expirera à l'Assemblée Générale statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2005.

RESPONSABLE DE L'INFORMATION

Alexandre Hamain
Responsable de la Communication Financière et des Relations avec les Investisseurs
Téléphone : +33 (0)1 30 79 44 86
Fax : +33 (0)1 30 79 77 91

HONORAIRES DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

Honoraires des Commissaires aux Comptes et des membres de leurs réseaux pris en charge par le Groupe

(en milliers d'euros, sauf pourcentages)	Barbier Frinault & Autres				Fiduciaire Révisunion/Mazars			
	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003
Commissariat aux Comptes, certification, examen des comptes individuels et consolidés	1 504	1 013	94 %	76 %	402	257	97 %	100 %
Autres prestations	95	315	6 %	24 %	12	0	3 %	0 %
TOTAL	1 599	1 328	100 %	100 %	414	257	100 %	100 %

Barbier Frinault représente 79 % des honoraires des Commissaires aux Comptes et des membres de leurs réseaux pris en charge par le Groupe. Barbier Frinault est en effet membre du Réseau international Ernst & Young et, de ce fait, participe aux audits des comptes locaux dans 17 pays, dont la France (en partage avec Fiduciaire Révisunion/Mazars). Barbier Frinault est également en charge de l'audit des comptes consolidés de JCDecaux SA (en partage avec Fiduciaire Révisunion/Mazars). Lors de la consolidation, Barbier Frinault assure la coordination internationale.

Fiduciaire Révisunion/Mazars, qui représente 21 % des honoraires des Commissaires aux Comptes et des membres de leurs réseaux pris en charge par le Groupe, est en charge de l'audit des comptes consolidés et sociaux de JCDecaux SA (en partage avec Barbier Frinault) et participe aux audits des comptes locaux dans deux autres pays.

Les autres prestations, réalisées par Barbier Frinault, sont essentiellement constituées de travaux d'assistance dans le cadre d'opérations de partenariat ou de croissance externe.

AVIS DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de la société JCDecaux SA et en application de l'article 211-5-2 du règlement général de l'AMF, nous avons procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations portant sur la situation financière et les comptes historiques données dans le présent Document de Référence.

Ce Document de Référence a été établi sous la responsabilité du Président du Directoire de JCDecaux SA. Il nous appartient d'émettre un avis sur la sincérité des informations qu'il contient portant sur la situation financière et les comptes.

Nos diligences ont consisté, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à apprécier la sincérité des informations portant sur la situation financière et les comptes, à vérifier leur concordance avec les comptes ayant fait l'objet d'un rapport. Elles ont également consisté à lire les autres informations contenues dans le Document de Référence, afin d'identifier le cas échéant les incohérences significatives avec les informations portant sur la situation financière et les comptes, et de signaler les informations manifestement erronées que nous aurions relevées sur la base de notre connaissance générale de la société acquise dans le cadre de notre mission.

Les données prospectives présentées correspondent à des objectifs des dirigeants et non des données prévisionnelles isolées résultant d'un processus d'élaboration structuré.

Les comptes annuels et les comptes consolidés pour les exercices clos les 31 décembre 2004, 2003 et 2002, arrêtés par le Directoire, ont fait l'objet d'un audit par nos soins selon les normes professionnelles applicables en France. Ils ont été certifiés sans réserve.

Les comptes annuels et les comptes consolidés clos le 31 décembre 2002 ont appelé de notre part une observation concernant le changement de méthode comptable lié à la première application à compter du 1er janvier 2002 du règlement CRC 2000-06 sur les passifs et son absence d'incidence significative sur les comptes annuels et consolidés.

Les comptes annuels et les comptes consolidés clos le 31 décembre 2003 ont appelé de notre part une observation concernant le changement de méthode comptable relatif à l'évaluation et à la comptabilisation des engagements de retraite et autres avantages au personnel à long terme conformément à la recommandation n°2003-R.01 du Conseil national de la comptabilité du 1er avril 2003.

Les comptes annuels et les comptes consolidés clos le 31 décembre 2004 ont été certifiés sans réserve ni observation.

Les états de rapprochement présentant l'impact du passage au référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union Européenne ont fait l'objet d'un audit par nos soins, selon les normes professionnelles applicables en France. Dans notre rapport sur ces comptes, nous avons exprimé une opinion sans réserve sur leur établissement, dans tous leurs aspects significatifs, conformément aux règles d'élaboration décrites dans les notes qui les accompagnent, en attirant l'attention du lecteur sur :

- la note **III. Explications de la transition aux IFRS** qui expose les raisons pour lesquelles l'information comparative présentée dans les comptes consolidés de l'exercice 2005 pourrait être différente des comptes consolidés retraités, joints à notre rapport,
- le fait que, s'agissant de préparer le passage au référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union Européenne pour l'établissement des comptes consolidés de l'exercice 2005, les rapprochements IFRS ne constituent pas des comptes consolidés établis selon le référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union Européenne, permettant de donner, au regard de ce référentiel, une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation.

Sur la base de ces diligences, nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité des informations portant sur la situation financière et les comptes, présentées dans ce Document de Référence.

Paris et Neuilly-sur-Seine, le 6 avril 2005
Les Commissaires aux Comptes

Claude Chezaud **Michel Rosse**
FIDUCIAIRE REVISIONION
MAZARS
Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Paris
169, boulevard Malesherbes
75017 PARIS
SA au capital de € 128 400

Gilles Galippe
BARBIER FRINAULT & AUTRES
ERNST & YOUNG
Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles
41, rue Ybry
92576 Neuilly-sur-Seine Cedex
S.A.S. à capital variable minimum de € 37 000

Le présent Document de Référence inclut par ailleurs :

- Le rapport général et le rapport sur les comptes consolidés au 31 décembre 2004 des Commissaires aux Comptes (respectivement page 168 et page 166 du présent Document de Référence) comportant la justification des appréciations des Commissaires aux Comptes établie en application des dispositions de l'article L. 225-235 du Code de Commerce ;
- Le rapport des Commissaires aux Comptes (page 171 du présent Document de Référence), établi en application du dernier alinéa de l'article L. 225-235 du Code de Commerce, sur le rapport du Président du Conseil de Surveillance de la société JCDecaux SA décrivant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

TABLE DE CONCORDANCE

ATTESTATIONS DES RESPONSABLES

- Attestation des responsables du Document de Référence p. 174
- Attestation des contrôleurs légaux des comptes p. 176
- Politique d'information p. 130

RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL

Émetteur

- Réglementation applicable (sociétés étrangères) sans objet

Capital

- Particularités (limitation à l'exercice des droits de vote) sans objet
- Capital autorisé non émis sans objet
- Capital potentiel sans objet
- Tableau d'évolution du capital sur 5 ans p. 133

Marché des titres

- Tableau d'évolution des cours et volumes sur 18 mois p. 128
- Dividendes p. 136

CAPITAL ET DROITS DE VOTE

- Répartition actuelle du capital et des droits de vote p. 127
- Évolution de l'actionnariat p. 133
- Pactes d'actionnaires p. 128

ACTIVITÉ DU GROUPE

- Organisation du Groupe (relations mère et filiales, information sur les filiales) p. 106-107
- Chiffres clés du Groupe p. 8-9
- Informations chiffrées sectorielles (par activité, par zone géographique et/ou pays) p. 74-75
- Marchés et positionnement concurrentiel de l'émetteur p. 14-15
- Politique d'investissements p. 51
- Indicateurs de performance (création de valeur pour l'entreprise, etc.) sans objet

ANALYSE DES RISQUES DU GROUPE

- Facteurs de risques
 - Risques de marché (liquidité, taux, change, portefeuille actions) p. 138-139
 - Risques particuliers liés à l'activité (dont dépendance à l'égard de fournisseurs, clients, sous-traitants, contrats, procédés de fabrication, etc.) p. 140
 - Risques juridiques (réglementation particulière, concessions, brevets, licences, litiges significatifs, faits exceptionnels, etc.) p. 140-142
 - Risques industriels et liés à l'environnement p. 142
- Assurances et couverture des risques p. 143

PATRIMOINE, SITUATION FINANCIÈRE ET RÉSULTATS

- Comptes consolidés et annexe p. 52 à 79
- Engagements hors bilan p. 71 à 73
- Honoraires des Commissaires aux Comptes et des membres de leurs réseaux p. 175
- Information financière pro forma (s'il y a lieu) sans objet
- Ratios prudentiels réglementaires (banques, assurances, courtiers) sans objet
- Comptes sociaux et annexe p. 94 à 109
- Comptes semestriels consolidés (s'il y a lieu) sans objet

GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

- Composition et fonctionnement des organes d'administration, de direction, de surveillance p. 112 à 116
- Composition et fonctionnement des Comités p. 116 à 118
- Dirigeants mandataires sociaux (rémunérations et avantages, options consenties et levées, BSA et BSPCE) p. 121 et 134
- Dix premiers salariés non-mandataires sociaux (options consenties et levées) p. 134
- Conventions réglementées p. 169

CONTRÔLE INTERNE

p. 123 à 126

ÉVOLUTION RÉCENTE ET PERSPECTIVES

- Évolution récente p. 10
- Perspectives p. 50-51



Le Présent Document de Référence a été déposé
auprès de l'Autorité des marchés financiers le 7 avril 2005,
conformément aux articles 211-1 à 211-42 du règlement de l'Autorité des marchés financiers.
Il ne pourra être utilisé à l'appui d'une opération financière que s'il est
complété par une note d'opération visée par l'Autorité des marchés financiers.

Ce document a été réalisé par
la Direction Générale Finance/Département Communication Financière
et Relations Investisseurs de JCDecaux SA.

JCDecaux SA
17, rue Soyer
92523 Neuilly-sur-Seine Cedex
Tél. : +33 (0)1 30 79 79 79
www.jcdecaux.com

Conception, réalisation : Corporate Factory  +33 (0)1 44 43 71 00

Couverture : Per Arnoldi.

