

JCDecaux SA

PROSPECTUS DEFINITIF

mis à la disposition du public à l'occasion de l'offre à prix ouvert, du placement global et de l'offre réservée aux salariés d'actions nouvelles et d'actions existantes de JCDecaux SA

EMISSION ET ADMISSION D' ACTIONS ORDINAIRES EXISTANTES ET NOUVELLES AU PREMIER MARCHÉ D'EURONEXT PARIS SA



VISA DE LA COMMISSION DES OPERATIONS DE BOURSE

En application des articles L. 412-1 et L. 621-8 du Code Monétaire et Financier, la Commission des opérations de bourse a apposé le visa n° 01-874 en date du 21 juin 2001 sur le présent prospectus définitif, conformément aux dispositions de son règlement n° 98-01. Ce prospectus a été établi par l'émetteur et engage la responsabilité de ses signataires. Le visa n'implique ni approbation de l'opportunité de l'opération ni authentification des éléments comptables et financiers présentés. Il a été attribué après examen de la pertinence et de la cohérence de l'information donnée dans la perspective de l'opération proposée aux investisseurs.

La notice légale a été publiée au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires des 30 mai et 1^{er} juin 2001.

Prix applicable à l'offre à prix ouvert et au placement global :
16,5 euros (soit 108,2 francs).

Des exemplaires du présent prospectus définitif sont disponibles auprès des établissements financiers introducteurs ainsi qu'au siège de la Société :
17, rue Soyer 92200 Neuilly-sur-Seine

Coordinateur global et Teneur de livre du syndicat

Goldman Sachs International

Coordinateur de l'Offre à Prix Ouvert

BNP Paribas

RESUME

Le présent prospectus a été préparé dans le cadre du placement d'actions nouvelles émises par la société JCDecaux SA et d'actions existantes cédées par certains de ses actionnaires.

Le prix d'introduction a été fixé à 16,5 euros par action (soit 108,2 francs).

Le prix de souscription des actions nouvelles et d'achat des actions existantes a été déterminé par la confrontation de l'offre et de la demande selon la technique dite de « construction du livre d'ordres » telle que développée par les usages professionnels.

Ce placement porte sur :

- 18 181 818 actions existantes;
- 42 424 242 actions nouvelles,
- Un nombre maximum de 9 090 909 actions nouvelles pouvant être créées dans le cadre de l'exercice de l'option de surallocation consentie au profit de Goldman Sachs Paris Inc. et Cie.

Le placement a été effectué par une offre à prix ouvert en France et par un placement global, comportant un placement international auprès d'investisseurs institutionnels en France et hors de France, y compris un placement privé aux Etats-Unis d'Amérique en vertu de la règle 144A du *Securities Act* de 1933.

A l'issue du placement, l'ensemble des actions composant le capital émis de JCDecaux SA seront admises aux négociations du Premier Marché d'Euronext Paris.

Dans la mesure où JCDecaux SA vise une politique de croissance dynamique fondée sur le réinvestissement des bénéfices dégagés, elle anticipe de ne pas distribuer de dividendes dans un futur proche.

L'attention des investisseurs est appelée sur les facteurs de risques qui sont visés à la section 4.2 du présent prospectus.

TABLE DES MATIERES

	<u>Pages</u>
CHAPITRE 1	RESPONSABLE DU PROSPECTUS DEFINITIF ET RESPONSABLES DU CONTRÔLE DES COMPTES . . . 7
1.1	RESPONSABLE DU PROSPECTUS DEFINITIF 7
1.2	ATTESTATION DU RESPONSABLE DU PROSPECTUS DEFINITIF 7
1.3	RESPONSABLES DU CÔNTRÔLE DES COMPTES 7
1.3.1	Commissaires aux Comptes Titulaires. 7
1.3.2	Commissaires aux Comptes Suppléants 7
1.3.3	Attestation des Commissaires aux Comptes 7
1.4	RESPONSABLE DE L'INFORMATION. 9
CHAPITRE 2	ÉMISSION ET ADMISSION D' ACTIONS ORDINAIRES AU PREMIER MARCHÉ 10
2.1	RENSEIGNEMENTS RELATIFS A L'ADMISSION 10
2.1.1	Titres dont l'admission est demandée 10
2.1.2	Pourcentage du capital dont l'admission est demandée 10
2.1.3	Date prévue pour la première cotation 11
2.1.4	Libellé des actions au Premier Marché 11
2.1.5	Diffusion des Actions Offertes et répartition du capital 11
2.1.6	Service des titres et service financier 12
2.1.7	Etablissements financiers introducteurs 12
2.1.8	Charges relatives à l'introduction 12
2.2	RENSEIGNEMENTS RELATIFS A L'OPERATION 13
2.2.1	Cadre de l'opération. 13
2.2.2	Conditions particulières de l'Offre à Prix Ouvert et du Placement Global 14
2.2.3	Conditions particulières de l'Offre Réservée aux Salariés 18
2.2.4	Montant du produit de l'Offre et de l'Offre Réservée aux Salariés pour la Société 19
2.2.5	But de l'émission et de l'admission 20
2.3	RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX SUR LES ACTIONS DONT L'ADMISSION EST DEMANDÉE 20
2.3.1	Droits attachés aux actions 20
2.3.2	Négociabilité 20
2.3.3	Régime fiscal 20
2.4	PLACE DE COTATION 24
2.5	TRIBUNAUX COMPÉTENTS EN CAS DE LITIGE 24
CHAPITRE 3	RENSEIGNEMENTS A CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ ET SON CAPITAL 25
3.1	RENSEIGNEMENTS A CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ 25
3.1.1	Dénomination sociale et siège social 25
3.1.2	Forme juridique et législation applicable 25
3.1.3	Date de constitution et durée de la Société. 25
3.1.4	Objet social. 25
3.1.5	Registre du Commerce et des Sociétés 26
3.1.6	Consultation des documents juridiques 26
3.1.7	Exercice social, adoption des comptes annuels et quitus de gestion 26
3.1.8	Répartition des bénéfices 26
3.1.9	Assemblées générales 26
3.1.10	Franchissements de seuils. 27
3.2	RENSEIGNEMENTS A CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LE CAPITAL 27
3.2.1	Conditions statutaires auxquelles sont soumises les modifications du capital et des droits attachés aux actions 27
3.2.2	Acquisition par la Société de ses propres actions 27
3.2.3	Capital social. 31
3.2.4	Capital autorisé mais non émis. 31
3.2.5	Titres non représentatifs du capital 32

	3.2.6	Autres titres donnant accès au capital	33
	3.2.7	Tableau d'évolution du capital depuis la création de la Société	33
3.3		REPARTITION ACTUELLE DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE	33
	3.3.1	Actionnariat de la Société au 30 Mai 2001	33
	3.3.2	Modifications dans la répartition du capital au cours des trois dernières années	34
	3.3.3	Personnes morales détenant le contrôle de la Société	35
	3.3.4	Organigramme du Groupe	36
3.4		MARCHE DES TITRES DE LA SOCIETE	37
3.5		DIVIDENDES	37
	3.5.1	Politique de distribution	37
	3.5.2	Délai de prescription	37
CHAPITRE 4		RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE	38
4.1		PRESENTATION DU GROUPE JCDECAUX	38
	4.1.1	Historique du Groupe	38
	4.1.2	Caractéristiques essentielles de l'activité	38
	4.1.2.1	Marchés	38
	4.1.2.2	Présentation de l'activité du Groupe	43
	4.1.2.3	Concurrence	59
	4.1.2.4	Cyclicité et saisonnalité	60
	4.1.2.5	Propriété Intellectuelle	60
	4.1.3 et		
	4.1.4	Ventilation par catégorie d'activité et marché géographique du chiffre d'affaires hors taxe des trois dernières années	61
	4.1.5	Principaux établissements	61
4.2		FACTEURS DE RISQUES	61
	4.2.1	Risques liés au Groupe et à sa stratégie	61
	4.2.2	Risques liés à l'activité du Groupe	64
	4.2.3	Risques liés à l'Offre	65
	4.2.4	Passage à l'an 2000 et à l'euro	65
4.3		PROCEDURES CONTENTIEUSES	65
4.4		PERSONNEL	67
4.5		POLITIQUE D'INVESTISSEMENT	68
	4.5.1	Recherche et développement	68
	4.5.2	Principaux investissements réalisés	69
	4.5.3	Principaux investissements futurs	69
4.6		PRINCIPALES FILIALES ET SOCIETES AFFILIEES	69
4.7		REGLEMENTATION	69
CHAPITRE 5		PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS	71
5.1		COMMENTAIRES SUR LES RESULTATS	71
5.2		PRESENTATION DES COMPTES	83
	5.2.1	Comptes consolidés historiques	83
	5.2.2	Comptes consolidés pro forma	116
	5.2.3	Comptes sociaux	146
CHAPITRE 6		ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE	168
6.1		MEMBRES DES ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE	168
	6.1.1	Directoire et conseil de surveillance	168
	6.1.1.1	Directoire	168
	6.1.1.2	Conseil de surveillance	169
	6.1.2	Organisation des pouvoirs	169
	6.1.2.1	Fonctionnement du directoire et du conseil de surveillance	169
	6.1.2.2	Comités	170

6.2	INTERETS DES DIRIGEANTS	170
6.2.1	Rémunérations et avantages en nature attribués pour le dernier exercice clos, à quelque titre que ce soit, aux membres des organes d'administration et de direction	170
6.2.2	Nombre total d'options qui ont été conférées sur les actions du Groupe	171
6.2.3	Informations sur les opérations conclues avec les membres des organes d'administration et de direction	171
6.2.4	Prêts et garanties accordés ou constitués en faveur des membres des organes d'administration et de direction	171
6.2.5	Informations sur les opérations conclues avec des sociétés ayant des dirigeants communs avec ceux du Groupe	172
6.3	INTERESSEMENT DU PERSONNEL	172
6.3.1	Contrats d'intéressement et de participation	172
6.3.2	Plan d'Epargne Groupe	172
6.3.3	Options	172
6.3.3.1	Plans d'options de souscription d'actions	172
6.3.3.2	Tableau récapitulatif	176
CHAPITRE 7	EVOLUTION RECENTE ET PERSPECTIVES D'AVENIR.	178
7.1	EVOLUTION RECENTE	178
7.2	PERSPECTIVES D'AVENIR	180
7.2.1	Marché	180
7.2.2	Orientations.	180

CHAPITRE 1

RESPONSABLE DU PROSPECTUS DEFINITIF ET RESPONSABLES DU CONTROLE DES COMPTES

1.1 RESPONSABLE DU PROSPECTUS DEFINITIF

Monsieur Jean-François Decaux, Président du directoire de JCDecaux SA

1.2 ATTESTATION DU RESPONSABLE DU PROSPECTUS DEFINITIF

A notre connaissance, les données du présent prospectus définitif 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, ainsi que sur les droits attachés aux titres offerts ; elles ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée.

Jean-François Decaux
Président du directoire

1.3 RESPONSABLES DU CONTROLE DES COMPTES

1.3.1 Commissaires aux Comptes Titulaires

Barbier Frinault & Autres – Arthur Andersen
41, rue Ybry
92200 Neuilly-sur-Seine

représentés par Monsieur Patrick Malvoisin.

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
169, boulevard Malesherbes
75017 Paris

représentée par Monsieur Yves Floury.

nommée le 25 avril 1980 (Monsieur Yves Floury est toutefois commissaire aux comptes de la Société depuis le début d'activité de la Société), 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.

1.3.2 Commissaires aux Comptes Suppléants

Monsieur Claude Chezaud
4, avenue Vion-Withcomb
75016 Paris

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.

Monsieur 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.

1.3.3 Attestation des Commissaires aux Comptes

En notre qualité de commissaires aux comptes de la société JCDecaux SA et en application du règlement COB n°98-01, 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 prospectus établi à l'occasion de son introduction en bourse.

CHAPITRE 1

RESPONSABLE DU PROSPECTUS DEFINITIF ET RESPONSABLES DU CONTRÔLE DES COMPTES

Ce prospectus a été établi sous la responsabilité du directoire. 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 prospectus, 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.

INFORMATIONS COMPTABLES ET FINANCIERES HISTORIQUES

- Les comptes sociaux de JCDecaux SA ont fait l'objet d'un audit selon les normes professionnelles applicables en France et ont été certifiés sans réserve ni observation par les commissaires aux comptes, le cabinet Fiduciaire Révisunion pour les exercices clos les 31 décembre 1998 et 1999 et les cabinets Fiduciaire Révisunion et Barbier Frinault & Autres – Arthur Andersen pour l'exercice clos le 31 décembre 2000. Les comptes consolidés du groupe JCDecaux SA ont fait l'objet d'un audit selon les normes professionnelles applicables en France et ont été certifiés sans réserve ni observation, pour les exercices clos les 31 décembre 1998 et 1999 par le commissaire aux comptes, le cabinet Fiduciaire Révisunion, et l'auditeur contractuel, le cabinet Barbier Frinault & Associés – Arthur Andersen, et pour l'exercice clos le 31 décembre 2000 par les commissaires aux comptes, les cabinets Fiduciaire Révisunion et Barbier Frinault & Autres – Arthur Andersen.
- Les comptes consolidés pro forma du pôle Avenir pour l'exercice clos le 31 décembre 1998, extraits des comptes consolidés du groupe Havas Media Communication, ont fait l'objet d'un examen selon les normes professionnelles applicables en France et d'une attestation sans observation des commissaires aux comptes du groupe Havas, les cabinets Constantin Associés et Salustro Reydel. Les comptes des sociétés du pôle Avenir pour les exercices clos les 31 décembre 1999 et 2000 ont été certifiés par leurs commissaires aux comptes respectifs.
- Les comptes consolidés pro forma du groupe JCDecaux SA, incluant le pôle Avenir, pour les exercices clos les 31 décembre 1998 et 1999, établis sous la responsabilité du directoire et présentés dans ce prospectus, ont fait l'objet d'un examen par nos soins selon les normes professionnelles applicables en France. A notre avis, au terme de cet examen, qui a fait l'objet d'un rapport inclus page 119 du présent prospectus, les conventions retenues constituent une base raisonnable pour présenter les effets dans les comptes consolidés pro forma de JCDecaux SA de l'intégration du pôle Avenir à compter du 1er janvier 1998, leur traduction chiffrée est appropriée et les méthodes comptables utilisées sont conformes à celles suivies pour l'établissement des comptes consolidés de JCDecaux SA.

Nos diligences sur les autres informations historiques de nature financière et comptable présentées dans le prospectus ont consisté, selon les normes de la profession :

- Pour celles n'ayant pas fait l'objet de retraitements pro forma, à vérifier leur sincérité et, le cas échéant, leur concordance avec les comptes consolidés annuels présentés dans le prospectus.
- Pour celles ayant fait l'objet de retraitements pro forma, à apprécier si les conventions retenues sont cohérentes et constituent une base raisonnable pour leur établissement, à vérifier la traduction chiffrée de ces conventions, à nous assurer de la conformité des méthodes comptables utilisées pour l'établissement de ces informations avec celles suivies pour l'établissement des derniers comptes historiques ayant fait l'objet d'un audit et, le cas échéant, à vérifier leur concordance avec les comptes pro forma présentés dans le prospectus.

CONCLUSION SUR LE PROSPECTUS

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 présentés dans ce prospectus établi à l'occasion de l'introduction en bourse de JCDecaux SA.

RESPONSABLE DU PROSPECTUS DEFINITIF ET RESPONSABLES DU CONTRÔLE DES COMPTES

Concernant les informations pro forma contenues dans ce prospectus, nous rappelons que ces informations ont vocation à traduire l'effet sur des informations comptables et financières historiques de la réalisation, à une date antérieure à sa survenance réelle ou raisonnablement envisagée, d'une opération ou d'un événement donné. Elles ne sont toutefois pas nécessairement représentatives de la situation financière ou des performances qui auraient été constatées si l'opération ou l'événement était survenu à une date antérieure à celle de sa survenance réelle ou raisonnablement envisagée.

Le 21 juin 2001
Les commissaires aux comptes

Fiduciaire Révisunion
Yves Floury

Barbier Frinault & Autres – Arthur Andersen
Patrick Malvoisin

1.4 RESPONSABLE DE L'INFORMATION

Cécile Prévot
Responsable des relations investisseurs
Téléphone: 01.30.79.79.79
Télécopie : 01.30.79.77.91

CHAPITRE 2

EMISSION ET ADMISSION D' ACTIONS ORDINAIRES AU PREMIER MARCHÉ

2.1 RENSEIGNEMENTS RELATIFS A L'ADMISSION

2.1.1 Titres dont l'admission est demandée

2.1.1.1 *Quantité et origine des titres*

La société JCDecaux SA (ci-après la “Société”) a demandé l'admission au Premier Marché d'Euronext Paris SA (ci-après, “Euronext Paris” et le “Premier Marché”) d'un maximum de 231 533 678 actions ordinaires de JCDecaux SA sans valeur nominale (les “Actions”), toutes de même catégorie, comprenant :

- 178 882 164 actions existantes entièrement libérées, représentant la totalité des actions composant le capital de la Société à la date du présent prospectus (les “Actions Existantes”) dont 18 181 818 ont été offertes dans le cadre de la présente offre (les “Actions Existantes Offertes”) ;
- 42 424 242 actions nouvelles, soit 23,7 % du capital existant de la Société, provenant d'une augmentation de capital réalisée par appel public à l'épargne (les “Actions Nouvelles”) ;
- un maximum de 1 136 363 actions nouvelles, soit 0,6 % du capital existant de la Société, à provenir d'une augmentation de capital réservée à certains salariés de la Société et des sociétés françaises qui lui sont liées au sens de l'article L. 225-180 du Code de commerce (anciennement article 208-4 de la loi du 24 juillet 1966) et de JCDecaux Holding (les “Actions Nouvelles Réservées aux Salariés”) ;
- un maximum de 9 090 909 actions nouvelles pouvant être créées dans le cadre de l'exercice de l'Option de Surallocation (telle que définie à la section 2.2.1 ci-après) dont le nombre définitif sera fixé au jour de l'exercice de l'Option de Surallocation qui devra intervenir au plus tard trente jours à compter du visa de la Commission des opérations de bourse sur le prospectus définitif soit au plus tard le 20 juillet 2001.

Les Actions Nouvelles et les Actions Existantes Offertes sont ci-après désignées ensemble les “Actions Offertes”.

2.1.1.2 *Forme des Actions*

A compter de leur admission à la cote d'un marché réglementé, les Actions pourront être détenues sous la forme nominative ou au porteur, au choix de l'actionnaire, sous réserve des dispositions légales. Les Actions pourront donc, au gré des propriétaires, être inscrites :

- pour les actions nominatives, en compte nominatif pur dans les livres de la Société ou en compte nominatif administré auprès d'un intermédiaire financier habilité,
- pour les actions au porteur, dans un compte ouvert chez un intermédiaire financier habilité.

En outre, l'article 9 des statuts prévoit la possibilité pour la Société, à compter de l'admission des Actions au Premier Marché, de procéder à l'identification des actionnaires selon la procédure dite des “titres au porteur identifiables”. Ainsi, la Société sera en droit, dans les conditions légales et réglementaires en vigueur, de demander à tout moment, contre rémunération à sa charge, à l'organisme chargé de la compensation des titres, le nom ou, s'il s'agit d'une personne morale, la dénomination, la nationalité, l'année de naissance ou, s'il s'agit d'une personne morale, l'année de constitution, et l'adresse des détenteurs de titres conférant immédiatement ou à terme le droit de vote dans ses propres assemblées d'actionnaires, ainsi que la quantité de titres détenus par chacun d'eux et, le cas échéant, les restrictions dont les titres peuvent être frappés.

2.1.1.3 *Jouissance des Actions*

Les Actions Nouvelles et les Actions Nouvelles Réservées aux Salariés porteront jouissance au 1^{er} janvier 2001 et seront entièrement assimilables aux Actions Existantes. L'ensemble des Actions dont l'admission au Premier Marché est demandée donneront droit à tout dividende mis en distribution à compter de leur date d'admission.

2.1.2 Pourcentage du capital dont l'admission est demandée

Les Actions dont l'admission est demandée représenteront la totalité du capital de JCDecaux SA et l'intégralité des droits de vote qui leur sont attachés.

2.1.3 Date prévue pour la première cotation

Il est prévu que la première cotation des Actions Existantes et des Actions Nouvelles sur le Premier Marché ait lieu le 21 juin 2001 et que les premières négociations aient lieu le 22 juin 2001. Toutefois, ces dates pourraient être reportées, auquel cas les nouvelles dates feront l'objet d'un avis diffusé par Euronext Paris et d'un communiqué de presse diffusé en France.

La cotation des Actions Nouvelles Réservées aux Salariés interviendra dès que possible à compter du règlement-livraison de l'Offre Réservée aux Salariés, prévu pour le 3 juillet 2001 (voir paragraphe 2.2.1.2 ci-dessous).

En cas d'exercice de l'Option de Surallocation (telle que définie à la section 2.2.1.1 ci-après), un maximum de 9 090 909 Actions seront émises et admises sur la même ligne de cotation que les autres Actions de la Société auxquelles elles seront entièrement assimilées dès leur émission.

2.1.4 Libellé des actions au Premier Marché

Libellé : JCDecaux SA

Code NAF et dénomination du secteur d'activité : 741 J

Code Sicovam : 7791

Code ISIN : FR 0000077919

Mnémonique : DEC

La Société a demandé l'admission de ses Actions aux systèmes de règlement-livraison de Euroclear France, Euroclear Bank SA/NV et Clearstream Banking SA. Les Actions devraient être admises au service de règlement différé.

2.1.5 Diffusion des Actions Offertes et répartition du capital

2.1.5.1 Titres mis à la disposition du marché et modalités de diffusion des Actions Offertes

L'introduction s'effectuera par la mise sur le marché de 60 606 060 Actions représentant environ 27,2 % du capital et des droits de vote de la Société postérieurement à l'Offre (hors option de surallocation et hors Offre Réservée aux Salariés), qui proviennent, d'une part d'une émission de 42 424 242 Actions Nouvelles issues d'une augmentation de capital et, d'autre part, de la cession de 18 181 818 Actions Existantes par les actionnaires de la Société (l'"Offre"). Par ailleurs, un maximum de 1 136 363 Actions seront offertes par la Société aux salariés, dans les conditions et selon le calendrier décrits au paragraphe 2.2.1.2.

Conformément aux articles P.1.2.1 et suivants des Règles de marché de la Bourse de Paris et du Nouveau Marché, l'Offre a été réalisée pour partie dans le cadre d'un placement global et pour partie dans le cadre d'une offre à prix ouvert (voir paragraphe 2.2.1 ci-dessous).

2.1.5.2 Répartition du capital

Si toutes les opérations décrites dans le présent prospectus sont effectivement réalisées, la répartition du capital social de la Société devrait être modifiée comme indiqué dans le tableau suivant, étant précisé que la répartition des droits de vote est à l'heure actuelle identique à la répartition du capital (voir paragraphe 2.3.1 ci-dessous) :

CHAPITRE 2

EMISSION ET ADMISSION D' ACTIONS ORDINAIRES AU PREMIER MARCHÉ

Le tableau ci-dessous présente des calculs indicatifs sur la base :

- d'un produit brut de l'Offre de 1 milliard d'euros,
- d'une Option de Surallocation représentant un produit brut de 150 millions d'euros.

Actionnaires	Avant l'Offre		Après l'Offre ⁽¹⁾		Après l'Offre ⁽²⁾	
	Nombre d'Actions ordinaires	% du capital et des droits de vote	Nombre d'Actions ordinaires	% du capital et des droits de vote	Nombre d'Actions ordinaires	% du capital et des droits de vote
JCDecaux Holding.	172 093 048	96,2%	154 062 745	69,3%	154 062 745	66,5%
Jean-Pierre Decaux	803 037	0,4%	651 522	0,3%	651 522	0,3%
Famille Decaux et autres	5 986 079	3,3%	5 986 079	2,7%	5 986 079	2,6%
Personnel	—	—	1 136 363	0,5%	1 136 363	0,5%
Public	—	—	60 606 060	27,2%	69 696 969	30,1%
Total	178 882 164	100%	222 442 769	100%	231 533 678	100%

(1) En supposant que l'Offre Réservée aux Salariés soit intégralement souscrite et que l'Option de Surallocation ne soit pas exercée.

(2) En supposant que l'Offre Réservée aux Salariés soit intégralement souscrite et que l'Option de Surallocation soit intégralement exercée.

Le tableau ci-après indique le nombre d'Actions que certains actionnaires actuels de la Société ont cédé dans le cadre de l'Offre :

Actionnaires vendeurs	Nombre d'Actions	Pourcentage de l'Offre ⁽¹⁾
JCDecaux Holding.	18 030 303	25,5%
Jean-Pierre Decaux	151 515	0,2%

(1) En supposant que l'Offre Réservée aux Salariés soit intégralement souscrite et que l'Option de surallocation soit intégralement exercée.

Un actionnaire détenant avant l'Offre et l'Offre Réservée aux Salariés 1 % du capital de la Société et qui ne participerait pas à ces opérations, verrait sa participation dans le capital se réduire à 0,80 % dans l'hypothèse où l'Offre Réservée aux Salariés serait intégralement souscrite et l'Option de Surallocation ne serait pas exercée et à 0,77 % dans l'hypothèse où l'Offre Réservée aux Salariés serait intégralement souscrite et l'Option de Surallocation serait intégralement exercée. Sa quote-part dans les bénéfices et dans les capitaux propres consolidés et sociaux diminuerait dans les mêmes proportions que sa participation dans le capital.

2.1.6 Service des titres et service financier

Le service des titres et le service financier seront assurés par BNP Paribas.

2.1.7 Etablissements financiers introducteurs

Introduceur :

Goldman Sachs International, coordinateur global, chef de file du Placement Global et de l'Offre à Prix Ouvert et teneur de livre du syndicat.

Entreprises d'investissement associées à l'introduction :

BNP Paribas, coordinateur de l'Offre à Prix Ouvert.

2.1.8 Charges relatives à l'introduction

L'estimation du montant global des frais juridiques et administratifs ainsi que le montant des rémunérations globales des intermédiaires financiers s'élève à 29,6 millions d'euros et à 33,4 millions d'euros en cas d'exercice de l'Option de Surallocation. Ces frais seront supportés par la Société et par JCDecaux Holding. La Société prévoit d'imputer sa part des charges nettes d'impôt liées à l'introduction en bourse sur la prime d'émission.

2.2 RENSEIGNEMENTS RELATIFS A L'OPERATION

2.2.1 Cadre de l'opération

2.2.1.1 Offre à Prix Ouvert et Placement Global

L'assemblée générale extraordinaire des actionnaires de JCDecaux SA, réunie le 23 mars 2001, a délégué au directoire les pouvoirs nécessaires à l'effet de procéder à l'augmentation du capital social par l'émission, avec suppression du droit préférentiel de souscription des actionnaires, d'actions dans la limite d'un montant maximal de 2,5 milliards d'euros (voir paragraphe 3.2.4.1 ci-dessous).

Le directoire de JCDecaux SA a fait usage de ces autorisations pour émettre 42 424 242 Actions Nouvelles représentant 23,7 % du capital avant l'Offre.

Le Conseil d'administration de la société JCDecaux Holding a autorisé la cession dans le cadre de l'Offre de 18 030 303 Actions Existantes Offertes (voir ci-dessous). Par ailleurs, Monsieur Jean-Pierre Decaux a cédé 151 515 Actions dans le cadre de l'Offre.

Il était prévu:

- une offre à prix ouvert en France (l'"Offre à Prix Ouvert"), par un syndicat d'établissements financiers dirigé par Goldman Sachs International avec BNP Paribas en tant que coordinateur,
- un placement global (le "Placement Global"), par un syndicat d'établissements financiers dirigé par Goldman Sachs International et comportant un placement international auprès d'investisseurs institutionnels en France et hors de France, y compris un placement privé aux Etats-Unis d'Amérique en vertu de la règle 144A du Securities Act de 1933.

L'Offre à Prix Ouvert en France, destinée aux personnes physiques et morales, a porté sur 2 500 423 Actions, soit 4,13 % du nombre total d'Actions Offertes, et d'un Placement Global portant sur 58 105 637 Actions, soit 95,87 % du nombre total d'Actions Offertes.

En outre, dans le cadre de cette opération, l'assemblée générale extraordinaire de la Société du 11 avril 2001 a autorisé le directoire à émettre dans le cadre de l'introduction de la Société sur le Premier Marché un nombre maximum de 15 000 000 bons de souscription d'actions au prix de 0,001 euro par bon, chaque bon donnant droit de souscrire une action de la Société, soit un nombre maximum de 15 000 000 actions nouvelles de la Société représentant au maximum 15 % du nombre d'actions initialement offertes dans le cadre de l'Offre. L'assemblée générale extraordinaire a supprimé le droit préférentiel de souscription des actionnaires aux bons de souscription à émettre au profit de Goldman Sachs Paris Inc. et Cie, les actionnaires renonçant en conséquence au profit des titulaires des bons au droit préférentiel de souscription aux actions qui seront émises sur exercice de ces bons. Les bons seront exerçables au Prix d'Introduction et ne pourront être exercés qu'afin de permettre aux membres du syndicat chargé du Placement Global et de l'Offre à Prix Ouvert de couvrir des positions à découvert éventuellement prises dans le cadre de l'allocation d'Actions à l'occasion de l'Offre ou à des fins de stabilisation (ci-après "l'Option de Surallocation").

Les bons devront être exercés dans les trente jours de la date du visa de la COB sur le prospectus définitif, soit au plus tard le 20 juillet 2001. Les bons seront émis au plus tard lors de la fixation du prix de l'Offre à Prix Ouvert et du Placement Global, soit le 21 juin 2001.

2.2.1.2 Offre Réservée aux Salariés

Concomitamment à l'Offre, la Société a décidé d'offrir un maximum de 1 136 363 Actions Nouvelles Réservées aux Salariés, soit 0,64 % au maximum du capital existant de la Société, à certains salariés de la Société et des sociétés françaises qui lui sont liées au sens de l'article L. 225-180 du Code de commerce (anciennement article 208-4 de la loi du 24 juillet 1966) et de JCDecaux Holding (l'"Offre Réservée aux Salariés"). L'Offre Réservée aux Salariés sera réalisée sous la condition que le règlement-livraison de l'Offre ait lieu. Les Actions offertes dans le cadre de l'Offre Réservée aux Salariés seront souscrites par l'intermédiaire du FCPE JCDecaux Développement dont les parts sont offertes à la souscription de certains salariés de la Société et des sociétés françaises qui lui sont liées au sens de l'article L. 225-180 du Code de commerce (anciennement article 208-4 de la loi du 24 juillet 1966) et de JCDecaux Holding dans le cadre d'un plan d'épargne entreprise. Les assemblées générales extraordinaires des actionnaires de la Société, réunies le 9 octobre 2000 et le 23 mars 2001, ont délégué

CHAPITRE 2

EMISSION ET ADMISSION D' ACTIONS ORDINAIRES AU PREMIER MARCHÉ

au directoire les pouvoirs nécessaires à l'effet de procéder à une augmentation de capital, réservée à certains salariés de la Société et des sociétés françaises qui lui sont liées au sens de l'article L. 225-180 du Code de commerce (anciennement article 208-4 de la loi du 24 juillet 1966) et de JCDecaux Holding, par l'émission d'actions dans la limite d'un montant maximal de 15 millions d'euros (voir paragraphe 3.2.4 ci-dessous). Le directoire de JCDecaux SA fera usage de cette autorisation pour émettre un maximum de 1 136 363 Actions Nouvelles Réservées aux Salariés, soit 0,64 % au maximum du capital existant de la Société.

L'Offre Réservée aux Salariés a débuté le 31 mai 2001 pour prendre fin le 15 juin 2001 inclus, soit une durée de 11 jours de bourse. Elle a ensuite été réouverte du 18 juin 2001 au 20 juin 2001 inclus.

2.2.1.3 Calendrier indicatif

A titre purement indicatif, le calendrier envisagé pour l'Offre et l'Offre Réservée aux Salariés est le suivant :

30 mai 2001 :	Obtention du visa de la Commission des opérations de bourse sur le prospectus préliminaire.
31 mai 2001 :	Ouverture de l'Offre à Prix Ouvert, du Placement Global et de l'Offre Réservée aux Salariés.
20 juin 2001 :	Clôture de l'Offre à Prix Ouvert et de l'Offre Réservée aux Salariés.
21 juin 2001 :	Clôture du Placement Global (12 heures). Fixation du Prix d'Introduction et du nombre d'actions offertes dans le cadre de l'Offre à Prix Ouvert et du Placement Global et obtention du visa de la Commission des opérations de bourse sur le prospectus définitif. Première cotation des Actions. Publication par Euronext Paris de l'avis de résultat de l'Offre à Prix Ouvert.
22 juin 2001 :	Début des négociations sur le Premier Marché.
26 juin 2001 :	Règlement-livraison de l'Offre à Prix Ouvert et du Placement Global.
3 juillet 2001 :	Règlement-livraison de l'Offre Réservée aux Salariés.
20 juillet 2001 :	Date limite d'exercice de l'Option de Surallocation.

Les autres dates contenues dans le présent prospectus définitif et afférentes à des événements futurs sont également données à titre indicatif.

2.2.2 Conditions particulières de l'Offre à Prix Ouvert et du Placement Global

2.2.2.1 Caractéristiques communes à l'Offre à Prix Ouvert et au Placement Global

2.2.2.1.1 Modalités de fixation du prix de l'Offre à Prix Ouvert et du Placement Global

Le prix de souscription des Actions Nouvelles et d'achat des Actions Existantes Offertes (le "Prix d'Introduction") est identique pour l'Offre à Prix Ouvert et pour le Placement Global. Il a été déterminé par confrontation de l'offre et de la demande sur la base d'une fourchette indicative de prix selon la technique dite de "construction du livre d'ordres" telle que développée par les usages professionnels.

Les allocations seront effectuées sur la base, notamment, des critères de marché suivants :

- capacité des investisseurs retenus à assurer un développement ordonné du marché secondaire,
- quantité demandée,
- sensibilité au prix des ordres exprimés par ces investisseurs.

Le Prix d'Introduction a été fixé à 16,5 euros par Action (soit 108,2 francs).

Il est rappelé que la fourchette indicative de prix initiale se situait entre 21 euros et 24,5 euros, puis a été ramenée ensuite entre 16,5 euros et 19,5 euros par Action.

EMISSION ET ADMISSION D' ACTIONS ORDINAIRES AU PREMIER MARCHE

2.2.2.1.2 *Eléments d'appréciation du Prix d'Introduction*

En supposant que l'Option de Surallocation soit intégralement exercée (correspondant à un produit brut de 150 million d'euros), le résultat net par action et les capitaux propres de la Société s'établiraient comme précisé dans la colonne "Après Offre" :

	Au 31 décembre 2000	
	Avant l'Offre	Après l'Offre(*)
Capitaux propres consolidés, part du groupe (en millions)	623,9 euros	1 472,3 euros
	4 092,9 F	9 657,9 F
Résultat net consolidé, part du groupe (en millions)	20,4 euros	20,4 euros
	133,9 F	133,9 F
Nombre d'actions (1)	178 882 164	231 533 678
Capitaux propres consolidés, part du groupe, par action	3,5 euros	6,4 euros
	22,9 F	41,7 F
Résultat net consolidé, part du groupe, par action	0,11 euros	0,09 euros
	0,76 F	0,58 F

(1) Après ajustement pour tenir compte de l'évolution du capital depuis le 31 décembre 2000.

(*) En supposant que l'Offre Réservee aux Salariés soit intégralement souscrite, hors frais liés à l'Offre Réservee aux Salariés et après déduction des commissions de vente, des frais juridiques et des dépenses de communication liés à l'Offre.

2.2.2.1.3 *Prix d'Introduction*

Le Prix d'Introduction devra être versé comptant. Pour les ordres passés dans l'Offre à Prix Ouvert, le prix est net de tous frais pour les souscripteurs. L'Offre à Prix Ouvert n'est soumise à aucun droit d'enregistrement ou de timbre.

2.2.2.1.4 *Règlement-livraison*

La date prévue pour le règlement-livraison des Actions souscrites ou cédées dans le cadre de l'Offre à Prix Ouvert ou du Placement Global est fixée au 26 juin 2001, soit le troisième jour de bourse suivant la date de première cotation des Actions. Les souscripteurs seront débités du montant de leur souscription par les intermédiaires ayant reçu leurs ordres. Les Actions souscrites ou cédées seront inscrites au compte-titres de chaque souscripteur à partir de cette date.

2.2.2.1.5 *Contrat de garantie*

Les établissements garants de l'Offre à Prix Ouvert et du Placement Global se sont engagés, sans solidarité entre eux, à faire souscrire ou acquérir ou, à défaut, à souscrire ou acquérir eux-mêmes l'ensemble des Actions diffusées dans le cadre de l'Offre à Prix Ouvert et du Placement Global aux termes d'un contrat de garantie de bonne fin au sens de l'article L. 225-145 du Code de commerce (anciennement article 191-1 de la loi du 24 juillet 1966), relatif à l'Offre à Prix Ouvert et au Placement Global. La signature du contrat de garantie est intervenue le jour de la fixation du Prix d'Introduction, soit le 21 juin 2001. Le contrat de garantie pourra être résolu notamment en cas de survenance de certains événements extérieurs et graves rendant l'Offre irréalisable. Au cas où le contrat de garantie serait résilié conformément à ses termes, les ordres, le Placement Global, l'Offre à Prix Ouvert et l'Offre Réservee aux Salariés seraient rétroactivement annulés.

Les établissements garants de l'Offre à Prix Ouvert et du Placement Global sont Goldman Sachs Paris Inc. et Cie, ABN AMRO Rothschild GIE, BNP Paribas, Deutsche Equities SA, HSBC CCF Investment Bank SA, Banco Santander Central Hispano S.A. et Fortis Securities France SA. Une partie de l'engagement de garantie de Goldman Sachs Paris Inc. et Cie a été contre-garantie par un ou plusieurs établissements financiers.

La Société ainsi que ses principaux actionnaires se sont engagés envers Goldman Sachs Paris Inc. et Cie, en tant que chef de file de l'Offre, pendant une période expirant 365 jours après la date du visa de la Commission des opérations de bourse sur le prospectus définitif à ne pas, sauf accord préalable écrit de Goldman Sachs Paris Inc. et Cie :

CHAPITRE 2

EMISSION ET ADMISSION D' ACTIONS ORDINAIRES AU PREMIER MARCHÉ

- (i) procéder directement ou indirectement à toute émission, offre, nantissement ou cession d'actions, de titres pouvant donner accès, par conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon, exercice, ou de toute autre manière, immédiatement ou à terme, à une quotité du capital de la Société, et consentir des options portant sur des Actions de la Société ou émettre ou céder des bons de souscription d'actions,
- (ii) procéder à des opérations sur produits dérivés ou toute autre opération ayant pour objet de transférer à un tiers, en tout ou en partie, le bénéfice de l'usufruit des actions.

Monsieur Jean-Pierre Decaux s'est engagé de manière similaire sur 100 % des actions de la Société en sa possession après cession des actions dans le cadre de l'Offre (soit environ 651 522 actions) pour une période de 180 jours après la date du visa de la Commission des opérations de bourse sur le prospectus définitif puis sur 50 % desdites actions pour les 185 jours suivants.

2.2.2.2 *Caractéristiques principales de l'Offre à Prix Ouvert*

2.2.2.2.1 *Nombre d'Actions offertes*

2 500 423 Actions de la Société, soit 4,13 % du nombre total d'Actions Offertes, hors Option de Surallocation.

2.2.2.2.2 *Durée de l'Offre à Prix Ouvert*

L'Offre à Prix Ouvert a débuté le 31 mai 2001 pour prendre fin le 15 juin 2001 inclus, soit une durée de 11 jours de bourse. Elle a été réouverte le 18 juin 2001 pour prendre fin le 19 juin 2001 inclus, soit deux jours de bourse, suite à un communiqué de presse diffusé le 18 juin 2001. L'Offre à Prix Ouvert a ensuite été prolongée d'un jour de bourse pour prendre fin le 20 juin 2001 à 17 heures, suite à un complément au prospectus préliminaire visé par la Commission des opérations de bourse le 18 juin 2001 sous le n° 01-850, étant observé que les ordres déposés entre le 31 mai 2001 et le 15 juin 2001 (inclus) restaient valides sauf révocation expresse des donneurs d'ordres auprès des intermédiaires ayant reçu les ordres.

2.2.2.2.3 *Personnes habilitées à émettre des ordres dans le cadre de l'Offre à Prix Ouvert*

Les personnes habilitées à émettre des ordres dans le cadre de l'Offre à Prix Ouvert étaient principalement les personnes physiques de nationalité française ou résidentes en France ou ressortissantes de l'un des états partie à l'accord et au protocole de l'Espace Economique Européen (les "Etats appartenant à l'EEE") ou les personnes morales françaises ou ressortissantes de l'un des Etats appartenant à l'EEE qui ne sont pas, au sens de l'article L. 233-3 du Code de commerce (anciennement article 355-1 de la loi du 24 juillet 1966), sous contrôle d'entités ou de personnes ressortissantes d'états autres que les Etats appartenant à l'EEE, sous réserve des stipulations figurant au paragraphe 2.2.2.3.6 "Placement à l'étranger". Les autres personnes devaient s'informer sur les restrictions locales de placement comme indiqué au paragraphe 2.2.2.3.6 "Placement à l'Etranger".

Les personnes physiques, les personnes morales et les fonds communs de placement ne disposant pas en France de comptes permettant la souscription d'actions dans le cadre de l'Offre à Prix Ouvert devaient à cette fin ouvrir de tels comptes chez un intermédiaire habilité lors de la passation de leurs ordres.

2.2.2.2.4 *Réception, transmission des ordres, irrévocabilité*

Les ordres ont été transmis par les intermédiaires habilités en France à Euronext Paris selon le calendrier et les modalités précisés dans un avis publié par Euronext Paris.

2.2.2.2.5 *Réception des ordres*

Les ordres émis dans le cadre de l'Offre à Prix Ouvert ont été reçus en France aux guichets de tout établissement de crédit, de toute société de bourse, de la Poste, des caisses d'épargne ou de tout autre intermédiaire habilité en France au plus tard le 20 juin 2001 à 17 heures.

Les membres du marché ont transmis à Euronext Paris les ordres selon le calendrier et les modalités précisés par Euronext Paris dans son avis.

EMISSION ET ADMISSION D' ACTIONS ORDINAIRES AU PREMIER MARCHE

2.2.2.2.6 Modalités d'allocation et résultat de l'Offre à Prix Ouvert

Le résultat de l'Offre à Prix Ouvert fera l'objet d'un avis publié par Euronext Paris au plus tard deux jours de bourse après la clôture de l'Offre à Prix Ouvert. Cet avis précisera les réductions éventuellement appliquées aux ordres de souscription A et B.

Les ordres seront traités de la façon suivante :

- Dans le cas où le nombre d'actions demandées dans le cadre de l'Offre à Prix Ouvert serait supérieur au nombre total d'actions offertes dans ce cadre, les ordres A seront servis en priorité, par rapport aux ordres B. Les ordres A pourront cependant donner lieu à réduction si le nombre d'actions demandées au titre de ces ordres excède le nombre définitif d'Actions Offertes dans le cadre de l'Offre à Prix Ouvert. Il pourrait être appliqué un taux de réduction pouvant aller jusqu'à 100 % aux ordres B pour servir les ordres A ; dans l'hypothèse où les ordres A devraient faire l'objet d'une réduction, celle-ci serait effectuée de manière proportionnelle en fonction d'un taux unique ;
- Les ordres B pourront faire l'objet d'une réduction totale ou partielle qui sera, dans ce dernier cas, effectuée de manière proportionnelle en fonction d'un taux unique.

Au cas où l'application du ou des taux de réduction n'aboutirait pas à un nombre entier d'actions, ce nombre serait arrondi par les intermédiaires conformément aux usages professionnels.

*2.2.2.3 Caractéristiques principales du Placement Global**2.2.2.3.1 Nombre d'Actions offertes*

Parallèlement à l'Offre à Prix Ouvert, 58 105 637 Actions de la Société ont fait l'objet d'un Placement Global, soit 95,87 % du nombre total d'Actions Offertes, hors Option de Surallocation.

2.2.2.3.2 Durée du Placement Global

Le Placement Global s'est déroulé du 31 mai 2001 au 18 juin 2001 à 12 heures, soit une durée de 12 jours de bourse. Il a été prolongé pour prendre fin le 20 juin 2001 (inclus), suite à un communiqué de presse diffusé le 18 juin 2001. Le Placement Global a ensuite été prolongé pour prendre fin le 21 juin 2001 à 12 heures, suite à un complément au prospectus préliminaire visé par la Commission des opérations de bourse le 18 juin 2001 sous le n° 01-850.

2.2.2.3.3 Personnes habilitées à acquérir des Actions dans le cadre du Placement Global

Le Placement Global a été effectué en France et à l'étranger (notamment aux Etats-Unis d'Amérique conformément à la règle 144 A du *US Securities Act* de 1933) auprès d'investisseurs personnes morales, de fonds d'investissement, de fonds communs de placement français, ainsi qu'auprès de personnes physiques.

2.2.2.3.4 Ordres

Les investisseurs devaient transmettre leurs ordres à l'un des membres du syndicat du Placement Global, au plus tard le 21 juin 2001 à 12 heures, étant rappelé que le Placement Global aurait pu être clos par anticipation sans préavis sauf pour les personnes physiques.

Seuls les ordres à un prix limite supérieur ou égal au Prix d'Introduction seront pris en compte. Les éventuelles demandes émanant de personnes physiques souhaitant participer au Placement Global seront prises en considération dans le processus d'allocation, sans qu'aucune assurance puisse être donnée que ces demandes seront servies. Les personnes physiques ont été invitées à passer leurs ordres dans le cadre de l'Offre à Prix Ouvert dans les conditions énoncées ci-dessus au paragraphe 2.2.2.2.

2.2.2.3.5 Résultat du Placement Global

Le résultat du Placement Global fera l'objet d'un avis publié par Euronext Paris.

2.2.2.3.6 Placement à l'étranger

Le Placement Global s'est fait en France et à l'étranger, notamment dans le cadre d'un placement privé aux Etats-Unis d'Amérique conformément à la règle 144A du *US Securities Act* de 1933.

CHAPITRE 2

EMISSION ET ADMISSION D' ACTIONS ORDINAIRES AU PREMIER MARCHÉ

Chaque établissement chargé de l'Offre s'est engagé à n'offrir les Actions à l'achat ou à la souscription qu'en conformité avec les lois et règlements en vigueur tant en France qu'à l'étranger. Sous réserve des lois et règlements en vigueur, la Société n'encourra aucune responsabilité en raison du non-respect par l'un desdits établissements de ces lois ou règlements.

La diffusion du présent prospectus, la souscription ou la vente des Actions Offertes peuvent, dans certains pays, faire l'objet d'une réglementation spécifique. Les personnes en possession du présent prospectus doivent s'informer des éventuelles restrictions découlant de la réglementation locale et s'y conformer.

2.2.3 Conditions particulières de l'Offre Réservée aux Salariés

Les actions offertes dans le cadre de l'Offre Réservée aux Salariés seront souscrites par le FCPE JCDecaux Développement qui a reçu l'agrément de la Commission des opérations de bourse le 6 octobre 2000 et dont les parts sont offertes à la souscription de certains salariés du Groupe dans le cadre du plan d'épargne groupe.

2.2.3.1 Nombre d'actions offertes

L'Offre Réservée aux Salariés portera sur un maximum de 1 136 363 Actions Nouvelles Réservées aux Salariés.

2.2.3.2 Durée de l'Offre Réservée aux Salariés

La période de souscription aux parts du FCPE JCDecaux Développement était ouverte du 31 mai 2001 au 15 juin 2001 inclus. Elle a été réouverte le 18 juin 2001 pour prendre fin le 19 juin 2001 inclus, soit deux jours de bourse, suite à un communiqué de presse diffusé le 18 juin 2001. La période de souscription a ensuite été prolongée d'un jour de bourse pour prendre fin le 20 juin 2001 à minuit (cachet de la Poste faisant foi), suite à un complément au prospectus préliminaire visé par la Commission des opérations de bourse le 18 juin 2001 sous le n° 01-850, étant observé que les ordres déposés entre le 31 mai 2001 et le 15 juin 2001 (inclus) restaient valides sauf révocation expresse des donneurs d'ordres auprès d'Interépargne. Au cas où le règlement-livraison de l'Offre ne serait pas réalisé, l'Offre Réservée aux Salariés serait rétroactivement annulée.

2.2.3.3 Personnes habilitées à émettre des ordres dans le cadre de l'Offre Réservée aux Salariés

Seuls les salariés titulaires d'un contrat de travail avec la Société ou une des sociétés françaises qui lui sont liées au sens de l'article L. 225-180 du Code de commerce (anciennement article 208-4 de la loi du 24 juillet 1966) et de JCDecaux Holding qui justifiaient au premier jour de souscription d'au moins trois mois d'ancienneté à la date du 18 juin 2001 étaient habilités à participer à l'Offre Réservée aux Salariés, dans le cadre du plan d'épargne groupe (le "PEG"), en souscrivant à des parts du FCPE JCDecaux Développement qui acquerra des Actions dans le cadre de l'Offre Réservée aux Salariés.

2.2.3.4 Modalités de fixation du prix de souscription

Le prix de souscription des actions offertes dans le cadre de l'Offre Réservée aux Salariés a été fixé le 21 juin 2001 dans les mêmes conditions que celles retenues pour la fixation du Prix d'Introduction moins une décote de 20 %. Le prix de souscription initial à une part du FCPE JCDecaux Développement par un salarié était égal à 100 euros (soit 655,96 francs). Le nombre d'actions de la Société souscrites par le FCPE JCDecaux Développement sera déterminé en fonction du montant des souscriptions aux parts du FCPE JCDecaux Développement.

Le prix de souscription des actions offertes dans le cadre de l'Offre Réservée aux Salariés est de 13,2 euros (soit 86,6 francs).

Il est rappelé que la fourchette indicative de prix initiale des actions offertes dans le cadre de l'Offre Réservée aux Salariés se situait entre 16,8 euros et 19,6 euros, puis a été ramenée ensuite entre 13,2 euros et 15,6 euros par Action.

2.2.3.5 Remise des ordres par les salariés

Pour souscrire au FCPE JCDecaux Développement, les salariés devaient utiliser le bulletin de souscription de parts du FCPE JCDecaux Développement qui leur était délivré par la Société ou, le cas échéant, par ses filiales françaises.

EMISSION ET ADMISSION D' ACTIONS ORDINAIRES AU PREMIER MARCHE

Ils devaient envoyer leurs ordres de souscription à Interépargne au plus tard le 20 juin 2001 à minuit, le cachet de la Poste faisant foi, sauf en cas de modification de la date de fixation du prix, chaque salarié ne pouvant remettre qu'un seul ordre.

Les ordres de souscription aux parts du FCPE JCDecaux Développement étaient exprimés en francs. Un minimum de souscription de 500 francs (76,22 euros) était exigé et les ordres pouvaient porter jusqu'à concurrence de 25 % du salaire brut annuel du souscripteur (tous plans d'épargne confondus).

2.2.3.6 Transmission des ordres et allocations

Les ordres ont été recueillis par Interépargne, société de gestion du FCPE JCDecaux Développement.

Le montant de l'augmentation de capital de la Société réservée aux salariés sera limitée au montant recueilli par le FCPE JCDecaux Développement.

Si le total des souscriptions reçues par le FCPE JCDecaux Développement au titre de l'Offre Réservée aux Salariés excédait le nombre d'actions offertes dans le cadre de l'Offre Réservée aux Salariés, il serait alors procédé à une réduction des allocations dans les conditions suivantes :

- les demandes seraient intégralement servies jusqu'à un montant de 3000 euros (soit 19 678,71 francs) (hors abondement) pour chacun des salariés souscripteurs; et
- au-delà de ce nombre déterminé de parts du FCPE JCDecaux Développement, les demandes seraient réduites proportionnellement.

En cas de réduction des demandes, les salariés recevront une confirmation écrite du nombre définitif de parts du FCPE JCDecaux Développement attribuées par l'envoi d'un relevé à leur domicile, au plus tard le 31 juillet 2001. Cette confirmation mentionnera le nombre de parts jusqu'auquel les demandes auront été intégralement servies et au delà duquel les demandes auront été proportionnellement réduites. Ce nombre déterminé sera également porté à la connaissance des salariés par voie d'affichage sur les lieux de travail.

2.2.3.7 Modalités de paiement

Les salariés souscripteurs réaliseront le paiement de leurs parts par chèque libellé à l'ordre du FCPE JCDecaux Développement. Ils pourront, s'ils le souhaitent, bénéficier d'une avance sur salaire à concurrence de 2000 francs (soit 304,90 euros), ce montant étant remboursé à la Société par prélèvement mensuel par dixième sur leur salaire à partir du deuxième mois suivant l'introduction en bourse.

2.2.3.8 Livraison et blocage des Actions

Le FCPE JCDecaux Développement souscrita à l'augmentation de capital réservée de la Société qui a été décidée par le directoire du 21 juin 2001.

Les Actions souscrites dans le cadre de l'Offre Réservée aux Salariés seront livrées au FCPE JCDecaux Développement au plus tard le 3 juillet 2001.

Les parts du FCPE JCDecaux Développement souscrites par les adhérents au PEG seront bloquées pendant 5 ans, sauf survenance des neuf cas de déblocage anticipé autorisés par la loi. La cession des Actions de la Société souscrites par le FCPE JCDecaux Développement pourra être effectuée par ce dernier notamment pour permettre le rachat des parts des salariés, à l'issue du délai de 5 ans susvisé ou lors des cas de déblocage anticipé.

2.2.3.9 Contribution complémentaire

L'Offre Réservée aux Salariés comprend un abondement de la Société jusqu'à un maximum de 2000 francs nets (soit 304,90 euros) par salarié correspondant, pour chaque salarié, à 100 % de ses versements.

2.2.4 Montant du produit de l'Offre et de l'Offre Réservée aux Salariés pour la Société

Le produit brut de la souscription des Actions Nouvelles et des Actions Nouvelles Réservées aux Salariés pour la Société est estimé à 715 millions d'euros.

CHAPITRE 2

EMISSION ET ADMISSION D' ACTIONS ORDINAIRES AU PREMIER MARCHÉ

Le produit net de la souscription des Actions Nouvelles et des Actions Nouvelles Réservées aux Salariés pour la Société est estimé à environ 693 millions d'euros, compte tenu de la réduction accordée pour les Actions Nouvelles Réservées aux Salariés.

2.2.5 But de l'émission et de l'admission

L'introduction de JCDecaux SA au Premier Marché a notamment pour but de lui permettre de :

- réaliser des acquisitions stratégiques afin de développer son réseau de publicité extérieure ainsi que de compléter sa gamme de produits;
- financer des équipements de publicité dans le cadre de nouvelles concessions de mobilier urbain, de nouveaux contrats relatifs à la publicité et l'information dans les centres commerciaux et dans les moyens de transports que le Groupe a récemment remportés, et qu'il espère remporter dans les prochaines années;
- financer des dépenses plus générales ; et
- rembourser une partie de sa dette bancaire.

2.3 RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX SUR LES ACTIONS DONT L'ADMISSION EST DEMANDÉE

2.3.1 Droits attachés aux actions

Chaque Action donne droit dans le partage des bénéfices et le boni de liquidation à une part proportionnelle à la quotité du capital qu'elle représente. Les actionnaires ne sont responsables du passif social qu'à concurrence de leurs apports.

Chaque Action donne droit à une voix lors du vote des assemblées générales d'actionnaires de la Société.

2.3.2 Négociabilité

Aucune clause statutaire ne restreint la libre négociation des actions composant le capital de la Société.

2.3.3 Régime fiscal

En l'état actuel de la législation, et sous réserve des dispositions des conventions fiscales internationales, les dispositions suivantes résument les conséquences fiscales susceptibles de s'appliquer aux investisseurs.

Les personnes physiques ou morales doivent néanmoins s'assurer, auprès de leur conseiller fiscal habituel, de la fiscalité s'appliquant à leur cas particulier, notamment s'agissant des personnes physiques détenant des actions dans leur patrimoine privé et réalisant des opérations de bourse à titre habituel ou de celles ayant inscrit des actions à l'actif de leur bilan commercial.

Les non-résidents fiscaux français doivent en outre se conformer à la législation fiscale en vigueur dans leur Etat de résidence.

Les sommes versées par les salariés et affectées au plan d'épargne groupe par la souscription de parts du FCPE JCDecaux Développement bénéficient d'un régime fiscal particulier décrit dans le règlement du plan d'épargne groupe ainsi que dans celui du FCPE JCDecaux Développement et sa notice d'information.

2.3.3.1 Résidents fiscaux français

1. *Personnes physiques*
 - (a) *Dividendes*

Les dividendes d'actions de sociétés françaises sont pris en compte pour la détermination du revenu global du contribuable dans la catégorie des revenus de capitaux mobiliers. A ces dividendes est attaché un avoir fiscal égal à la moitié des sommes perçues qui est également pris en compte pour la détermination du revenu imposable. Il est imputable sur le montant global de l'impôt sur le revenu à payer et remboursable en cas d'excédent.

EMISSION ET ADMISSION D' ACTIONS ORDINAIRES AU PREMIER MARCHE

Les dividendes d'actions de sociétés françaises bénéficient d'un abattement global et annuel de 16000 francs pour les couples mariés soumis à une imposition commune, ainsi que pour les partenaires liés par un pacte civil de solidarité faisant l'objet d'une imposition commune, et de 8000 francs pour les personnes célibataires, veuves, divorcées ou mariées et imposées séparément. Ces abattements ne s'appliquent pas aux contribuables célibataires, veufs, divorcés ou mariés et imposés séparément dont le revenu net imposable excède la limite de la dernière tranche du barème de l'impôt sur le revenu, ni aux contribuables soumis à une imposition commune dont le revenu net imposable excède le double de la limite de la dernière tranche du barème de l'impôt sur le revenu.

Les dividendes, augmentés des avoirs fiscaux correspondants, sont soumis :

- à l'impôt sur le revenu selon le barème progressif (déduction faite, le cas échéant, de l'abattement de 8 000 francs ou de 16 000 francs visé ci-dessus)
- à la contribution sociale généralisée de 7,5 %, dont 5,1 % déductibles du revenu global imposable,
- au prélèvement social de 2 %,
- à la contribution pour le remboursement de la dette sociale de 0,50 %.

(b) *Plus-values*

En application de l'article 150-0 A du Code Général des Impôts (CGI), les plus-values réalisées par les personnes physiques sont imposables, dès le premier franc, si le montant global de leurs cessions de valeurs mobilières (et autres droits ou titres mentionnés à l'article 150-0 A du CGI) réalisées au cours de l'année civile dépasse, au niveau du foyer fiscal, le seuil de 50 000 francs, à un taux global de 26 % se décomposant comme suit :

- 16 % au titre de l'impôt sur le revenu,
- 7,5 % au titre de la contribution sociale généralisée,
- 2 % au titre du prélèvement social,
- 0,5 % au titre la contribution pour le remboursement de la dette sociale.

En cas de moins-values, celles-ci peuvent être imputées sur les plus-values de même nature de l'année en cours et, éventuellement, des cinq années suivantes, à condition que le seuil de cession de 50 000 francs visé ci-dessus ait été dépassé l'année de réalisation de la moins-value.

(c) *Droits d'enregistrement*

La cession d'actions d'une société cotée n'est pas soumise aux droits d'enregistrement si cette cession n'est pas constatée par un acte passé en France.

Si la cession d'actions d'une société cotée est constatée par un acte passé en France, cet acte est soumis à un droit d'enregistrement égal à 1 % du prix de cession plafonné à 20 000 francs. Cependant, pour les besoins de la détermination du droit d'enregistrement, l'administration fiscale peut substituer la valeur de marché des actions, à leur prix de cession, si cette valeur de marché excède le prix de cession.

(d) *Impôt de solidarité sur la fortune*

Les actions détenues par les personnes physiques dans le cadre de leur patrimoine privé seront comprises dans leur patrimoine imposable, le cas échéant, à l'impôt de solidarité sur la fortune.

(e) *Droits de succession et de donation*

Les actions acquises par les personnes physiques par voie de succession ou de donation seront soumises aux droits de succession ou de donation.

(f) *Régime spécial des PEA*

Les actions émises par les sociétés françaises sont éligibles au titre des actifs pouvant être détenus dans le cadre d'un Plan d'Epargne en Actions ("PEA"), institué par la loi n° 92-666 du 16 juillet 1992.

CHAPITRE 2

EMISSION ET ADMISSION D' ACTIONS ORDINAIRES AU PREMIER MARCHÉ

Sous certaines conditions, les dividendes perçus, les avoirs fiscaux restitués par l'Etat et les plus-values de cession et les autres produits que procurent les titres inscrits sur le PEA sont exonérés d'impôt sur le revenu, mais restent néanmoins soumis au prélèvement social, à la contribution sociale généralisée et à la contribution pour le remboursement de la dette sociale lors de leur retrait ou à la clôture du plan.

2. *Actionnaires personnes morales passibles de l'impôt sur les sociétés*

(a) *Dividendes*

Les dividendes perçus par des personnes morales soumises à l'impôt sur les sociétés, majorés de l'avoir fiscal, sont imposables à l'impôt sur les sociétés au taux normal de 33%. Toutefois, les personnes morales réalisant un chiffre d'affaires hors taxes de moins de 50 millions de francs et dont le capital, entièrement libéré, est détenu de manière continue pour 75 % au moins par des personnes physiques ou par des sociétés répondant aux mêmes conditions de libération du capital, de chiffre d'affaires et de détention du capital, peuvent, sous certaines conditions et pour une fraction de leur bénéfice imposable limitée à 250.000 francs par période de 12 mois, être soumises à l'impôt sur les sociétés à un taux de 25 % pour les exercices ouverts en 2001 et de 15 % pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2002.

A l'impôt sur les sociétés s'ajoutent :

- une majoration complémentaire de 6 % pour les exercices clos ou les périodes d'imposition arrêtées en 2001 (réduite à 3 % pour les exercices clos ou les périodes d'imposition arrêtées à compter du 1^{er} janvier 2002).
- ainsi que, pour les personnes morales ne satisfaisant pas aux conditions de libération du capital, de chiffre d'affaires et de détention du capital susvisées, une contribution sociale de 3,3 % (Art. 235 ter ZC du CGI) assise sur la fraction de l'impôt sur les sociétés (avant imputation des avoirs fiscaux et crédits d'impôts) excédant 5 millions de francs par période de 12 mois.

L'avoir fiscal attaché aux dividendes perçus sera égal à 25 % du montant des dividendes versés pour les avoirs fiscaux utilisés en 2001 et 15 % pour ceux utilisés à compter du 1^{er} janvier 2002 et il est imputable sur l'impôt sur les sociétés, étant précisé que l'excédent éventuel ne peut être ni reporté, ni restitué. Le cas échéant, l'avoir fiscal est augmenté d'un montant correspondant à 50 % du précompte effectivement acquitté par la société distributrice, autre que celui qui serait dû à raison d'un prélèvement sur la réserve des plus-values à long terme, pour les avoirs fiscaux utilisés en 2001 et 70 % du précompte pour les avoirs fiscaux utilisés à compter du 1^{er} janvier 2002.

Toutefois, lorsque l'entreprise remplit les conditions pour le régime fiscal des sociétés mères, prévu aux articles 145, 146 et 216 du CGI, les dividendes perçus peuvent, sur option, être retranchés du bénéfice net total de celle-ci, déduction faite d'une quote-part de frais et charges (égale à 5 % du montant brut -avoir fiscal inclus- desdits dividendes, dans la limite du montant des frais et charges de toute nature exposés par la société mère au cours de l'exercice de rattachement des dividendes). Dans ce cas, les avoirs fiscaux attachés à ces dividendes -alors égaux 50 % des dividendes perçus- ne peuvent être utilisés en paiement de l'impôt sur les sociétés, mais peuvent être imputés pendant un délai de cinq ans sur le précompte dû en cas de redistribution de ces mêmes dividendes.

(b) *Plus-values*

La cession de titres autres que des titres de participation donne lieu à la constatation d'un gain ou d'une perte compris dans le résultat imposable au taux de 33½ %. Toutefois, les personnes morales réalisant un chiffre d'affaires hors taxes de moins de 50 millions de francs et dont le capital, entièrement libéré, est détenu de manière continue pour 75 % au moins par des personnes physiques ou par des sociétés répondant aux mêmes conditions de libération du capital, de chiffre d'affaires et de détention du capital, peuvent, sous certaines conditions et pour une fraction de leur bénéfice imposable limitée à 250.000 francs par période de 12 mois, être soumises à l'impôt sur les sociétés à un taux de 25 % pour les exercices ouverts en 2001 et de 15 % pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2002.

A l'impôt sur les sociétés s'ajoutent :

- une majoration complémentaire de 6 % pour les exercices clos ou les périodes d'imposition arrêtées en 2001 (réduite à 3 % pour les exercices clos ou les périodes d'imposition arrêtées à compter du 1^{er} janvier 2002).

EMISSION ET ADMISSION D' ACTIONS ORDINAIRES AU PREMIER MARCHE

- ainsi que, pour les personnes morales ne satisfaisant pas aux conditions de libération du capital, de chiffre d'affaires et de détention du capital susvisées, une contribution sociale de 3,3 % (Art. 235 ter ZC du CGI) assise sur la fraction de l'impôt sur les sociétés (avant imputation des avoirs fiscaux et crédits d'impôts) excédant 5 millions de francs par période de 12 mois.

Les plus-values issues de la cession d'actions ayant le caractère de titres de participation, ou qui sont fiscalement assimilées à des titres de participation, sont éligibles au régime des plus-values à long terme à condition que les actions aient été détenues depuis deux ans au moins et sous réserve de satisfaire à l'obligation de constitution de la réserve spéciale de plus-values à long terme ; elles sont imposables au taux de 19 %.

Toutefois, pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2002, les personnes morales satisfaisant aux conditions de libération du capital, de chiffre d'affaires et de détention de capital mentionnées ci-dessus, pourront, sous certaines conditions et pour une fraction de leur bénéfice imposable limitée à 250.000 francs par période de 12 mois, être soumises à l'impôt sur les sociétés au taux de 15 % sur leurs résultats relevant du régime des plus-values à long terme (qui seront pris en compte pour l'appréciation du seuil de 250.000 francs).

A l'impôt sur les sociétés au taux réduit de 19 % ou de 15 % selon le cas s'ajoutent :

- une majoration complémentaire de 6 % pour les exercices clos ou les périodes d'imposition arrêtées en 2001 (réduite à 3 % pour les exercices clos ou les périodes d'imposition arrêtées à compter du 1^{er} janvier 2002).
- ainsi que, pour les personnes morales ne satisfaisant pas aux conditions de libération du capital, de chiffre d'affaires et de détention du capital susvisées, une contribution sociale de 3,3 % (Art. 235 ter ZC du CGI) assise sur la fraction de l'impôt sur les sociétés (avant imputation des avoirs fiscaux et crédits d'impôts) excédant 5 millions de francs par période de 12 mois.

2.3.3.2 Non résidents fiscaux français

(a) Dividendes

Les dividendes distribués par une société dont le siège social est situé en France et qui bénéficient à des personnes dont le domicile fiscal ou le siège est situé hors de France font l'objet d'une retenue à la source de 25 % et n'ouvrent pas droit à l'avoir fiscal.

Toutefois, sous certaines conditions, la retenue à la source peut être réduite, voire supprimée, en application des conventions fiscales internationales ou de l'article 119-ter du CGI.

En outre, les actionnaires qui peuvent se prévaloir du bénéfice d'une convention internationale peuvent éventuellement bénéficier, sous déduction de la retenue à la source au taux conventionnel, de l'avoir fiscal et/ou du remboursement du précompte effectivement payé par la société distributrice.

En principe, les dividendes de source française versés à des personnes qui peuvent se prévaloir du bénéfice d'une convention en vue d'éviter les doubles impositions, peuvent ne supporter, lors de leur mise en paiement, que la retenue à la source au taux réduit prévu par la convention, à condition notamment que les personnes concernées justifient, avant la date de mise en paiement des dividendes, qu'elles sont résidentes, au sens de la convention, de l'autre Etat signataire de la convention, et qu'elles se conforment au formalisme déclaratif requis pour bénéficier des avantages conventionnels. Si tel n'est pas le cas, la retenue à la source de 25 % demeurera applicable et le bénéficiaire devra demander le remboursement de la différence entre le taux de 25 % et le taux réduit.

Il est recommandé aux investisseurs potentiels de consulter dès à présent leurs conseils en ce qui concerne les conditions dans lesquelles ils pourraient obtenir une réduction de la retenue à la source et, le cas échéant, le transfert de l'avoir fiscal et/ou le remboursement du précompte, en vertu des conventions fiscales ainsi conclues avec la France.

(b) Plus-values

Sous réserve des dispositions des conventions fiscales éventuellement applicables, les plus-values réalisées à l'occasion de la cession de leurs actions par les personnes qui ne sont pas fiscalement domiciliées en France ou dont le siège social est situé hors de France (sans avoir d'établissement stable ou de base fixe en France à l'actif

CHAPITRE 2

EMISSION ET ADMISSION D' ACTIONS ORDINAIRES AU PREMIER MARCHÉ

duquel seraient inscrites les actions) et qui n'ont à aucun moment détenu, directement ou indirectement, seules ou avec des membres de leur famille, plus de 25 % des bénéfices sociaux de la société à un moment quelconque au cours des cinq années qui précèdent la cession, ne sont pas soumises à l'impôt en France (Art. 244 bis C du CGI).

(c) *Droits d'enregistrement*

La cession d'actions d'une société cotée n'est pas soumise aux droits d'enregistrement si cette cession n'est pas constatée par un acte passé au France.

Si la cession d'actions d'une société cotée est constatée par un acte passé au France, cet acte est soumis à un droit d'enregistrement égal à 1 % du prix de cession plafonné à 20.000 francs. Cependant, pour les besoins de la détermination du droit d'enregistrement, l'Administration fiscale peut substituer la valeur de marché des actions à leur prix de cession si cette valeur de marché excède le prix de cession.

(d) *Impôt de solidarité sur la fortune*

Les personnes physiques n'ayant pas leur domicile fiscal en France ne sont pas imposables à l'impôt de solidarité sur la fortune au titre de leur placements financiers. Les titres de participation ne sont pas considérés comme des placements financiers et sont donc susceptibles d'être soumis à l'impôt de solidarité sur la fortune, sous réserve des dispositions des conventions fiscales internationales.

(e) *Droits de succession et de donation*

Sous réserve des dispositions des conventions internationales, les actions de sociétés françaises acquises par les personnes physiques par voie de succession ou de donation seront soumises aux droits de succession ou de donation.

2.4 PLACE DE COTATION

Les actions de la Société ne sont pas actuellement cotées. L'admission des actions au Premier Marché d'Euronext Paris a été demandée. Aucune autre demande d'admission sur une autre bourse de valeurs n'a été formulée par la Société.

2.5 TRIBUNAUX COMPETENTS EN CAS DE LITIGE

Les tribunaux compétents en cas de litiges sont ceux du siège lorsque la Société est défenderesse et sont fonction de la nature des litiges, sauf disposition contraire du Nouveau Code de Procédure Civile.

CHAPITRE 3

RENSEIGNEMENTS A CARACTERE GENERAL CONCERNANT LA SOCIETE ET SON CAPITAL

L'assemblée générale extraordinaire des actionnaires de la Société du 9 octobre 2000 a modifié la dénomination sociale de la Société afin d'adopter la dénomination JCDecaux SA. La même assemblée a procédé à la multiplication par 1 000 du nombre d'actions composant son capital sans que celui-ci soit modifié.

Par ailleurs, l'assemblée générale extraordinaire des actionnaires de la Société du 9 octobre 2000 a procédé à la refonte générale des statuts afin de les adapter au fonctionnement d'une société dont les actions sont admises sur un marché réglementé.

Les principales modifications statutaires ainsi adoptées par l'assemblée générale extraordinaire de la Société du 9 octobre 2000, concernent :

- la suppression des dispositions limitant la libre négociabilité des actions de la Société et la clause d'agrément;
- la modification des dispositions relatives à la forme des actions afin de permettre aux actionnaires de détenir leurs actions au porteur ou en nominatif et de permettre à la Société de faire usage des dispositions légales en matière d'identification de ses actionnaires; et
- l'introduction d'une clause relative aux franchissements de seuils, le seuil ayant été fixé à 2 % puis à toute tranche supplémentaire de 1 % à compter de ce pourcentage.

L'assemblée générale extraordinaire de la Société du 9 octobre 2000 a également transformé la forme d'administration de la société de société anonyme à conseil d'administration en société anonyme à directoire et conseil de surveillance.

L'assemblée générale extraordinaire de la Société du 11 octobre 2000 a étendu l'objet social de la Société à des activités opérationnelles.

3.1 RENSEIGNEMENTS A CARACTERE GENERAL CONCERNANT LA SOCIETE

3.1.1 Dénomination sociale et siège social

Dénomination sociale: JCDecaux SA

Siège social: 17, rue Soyer
92200 Neuilly-sur-Seine
Tél.: 01.30.79.79.69

3.1.2 Forme juridique et législation applicable

La Société est une société anonyme à directoire et conseil de surveillance.

La Société est notamment régie par les dispositions relatives aux sociétés commerciales telles que prévues dans le Code de commerce (anciennement prévues dans la loi du 24 juillet 1966) et les textes pris en leur application.

3.1.3 Date de constitution et durée de la Société

La Société a été immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés le 5 juin 1975. Elle expirera le 5 juin 2074, sauf cas de dissolution anticipée ou de prorogation.

3.1.4 Objet social

La Société a pour objet, en France et à l'étranger :

- 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 supports mobiliers urbains et supports publicitaires ou non, sous toutes formes, et toutes prestations de services, de conseils et de relations publiques ;

CHAPITRE 3

RENSEIGNEMENTS A CARACTERE GENERAL CONCERNANT LA SOCIETE ET SON CAPITAL

- 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, d'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.

3.1.5 Registre du Commerce et des Sociétés

La Société est immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de Nanterre sous le numéro 307 570 747.

3.1.6 Consultation des documents juridiques

L'ensemble des documents juridiques relatifs à la Société devant être mis à la disposition des actionnaires, conformément à la réglementation applicable, peuvent être consultés au siège social : 17, rue Soyer, 92200 Neuilly-sur-Seine.

3.1.7 Exercice social, adoption des comptes annuels et quitus de gestion

L'exercice social commence le 1er janvier et finit le 31 décembre de chaque année.

3.1.8 Répartition des bénéfices

Sur le bénéfice net distribuable, après dotation de la réserve légale, il est prélevé tout d'abord 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.

A l'issue de l'assemblée générale ordinaire du 23 mars 2001 qui a approuvé les comptes pour l'exercice clos le 31 décembre 2000, la réserve légale était entièrement dotée.

3.1.9 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'inscription de l'actionnaire sur les registres de la Société, 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.

RENSEIGNEMENTS A CARACTERE GENERAL CONCERNANT LA SOCIETE ET SON CAPITAL

Conformément à l'article 136 du décret du 23 mars 1967, les actionnaires titulaires d'actions au porteur devront avoir déposé les actions au porteur, le certificat de dépôt ou le certificat d'immobilisation établi par l'intermédiaire teneur de compte, au lieu indiqué dans l'avis de convocation au minimum cinq jours francs avant la date de l'assemblée.

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. A défaut, l'assemblée élit elle-même son président.

3.1.10 Franchissements de seuils

L'assemblée générale extraordinaire des actionnaires de la Société du 9 octobre 2000 a procédé, sous condition suspensive de la négociation des actions de la Société au Premier Marché de la Bourse de Paris, à la modification de l'article 9 des statuts, afin notamment d'y prévoir 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 (anciennement article 355-1 de la loi du 24 juillet 1966) un nombre d'actions représentant une proportion du capital social ou des droits de vote, égale ou supérieure à 2 %, 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 et des 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.

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.

En outre, en vertu de la loi sur les sociétés commerciales, toute personne physique ou morale, agissant seule ou de concert, qui vient à posséder un nombre d'actions représentant plus de 5 %, 10 %, 20 %, 33^{1/3} %, 50 % ou 66^{2/3} % du capital existant et/ou des droits de vote de la Société, devra en informer la Société par lettre recommandée avec demande d'avis de réception, en indiquant notamment la part du capital et des droits de vote qu'elle détient, dans un délai de 15 jours à compter du franchissement de seuil.

A 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.

3.2 RENSEIGNEMENTS A CARACTERE GENERAL CONCERNANT LE CAPITAL**3.2.1 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.

3.2.2 Acquisition par la Société de ses propres actions

L'assemblée générale des actionnaires du 23 mars 2001 a, sous condition suspensive de l'admission aux négociations et de la première négociation des actions de la Société au Premier Marché de la Bourse de Paris, autorisé le directoire à acheter les actions de la Société selon les modalités prévues aux articles L. 225-209 du Code de commerce (anciennement article 217-2 de la loi du 24 juillet 1966) dans la limite de 10 % du capital social.

CHAPITRE 3

RENSEIGNEMENTS A CARACTERE GENERAL CONCERNANT LA SOCIETE ET SON CAPITAL

(a) *Cadre juridique et objectifs du programme de rachat d'actions*

Le programme de rachat a été autorisé par l'assemblée générale des actionnaires du 23 mars 2001, conformément à l'article L. 225-209 du Code de commerce (anciennement article 217-2 de la loi du 24 juillet 1966), sous ses cinquième résolution (partie ordinaire) et quatorzième résolution (partie extraordinaire).

Cinquième résolution (ordinaire)

“L'Assemblée Générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les assemblées générales ordinaires, connaissance prise du rapport du directoire, sous condition suspensive de l'admission aux négociations et de la première négociation des actions de la Société sur le Premier Marché de la Bourse de Paris, autorise le directoire à opérer en bourse sur les actions de la Société selon les modalités prévues par les articles L. 225-209 et suivants du Code de commerce (anciennement articles 217-2 et suivants de la loi du 24 juillet 1966) en vue, par ordre décroissant d'importance stratégique:

- d'assurer la régularisation du cours de bourse de la Société et/ou l'achat et la vente d'actions en fonction des situations du marché ;
- de les attribuer aux salariés et dirigeants dans les conditions et selon les modalités prévues par la loi, notamment dans le cadre de la participation aux fruits de l'expansion de l'entreprise, du régime des options d'achat d'actions ou par le biais d'un plan d'épargne d'entreprise ;
- de favoriser la réalisation d'opérations financières ou de croissance de la Société, les actions acquises pouvant être utilisées à toutes fins et notamment être, en tout ou en partie, conservées, cédées, transférées ou échangées ;
- d'optimiser la gestion financière et patrimoniale de la Société notamment par le biais du droit de préemption institué dans le cadre du plan d'option d'achat d'actions;
- de les annuler dans la limite d'un nombre maximum ne pouvant excéder 10 % du capital social de la Société sur une période de vingt-quatre mois, sous réserve de l'adoption par l'assemblée générale extraordinaire de la quatorzième résolution figurant à l'ordre du jour de la présente assemblée, autorisant cette annulation.

L'acquisition, la cession, le transfert ou l'échange de ces actions pourront être effectués par tous moyens, notamment sur le marché, de gré à gré, notamment par voie d'opérations sur bloc de titres, le cas échéant, en ayant recours à des instruments financiers dérivés et éventuellement par tous tiers agissant pour le compte de l'entreprise conformément aux dispositions du dernier alinéa de l'article L. 225-206 du Code de commerce (anciennement article 217 de la loi du 24 juillet 1966).

L'Assemblée Générale décide que:

- le montant maximal global destiné au rachat des actions de la Société ne pourra dépasser 250 millions d'euros ;
- le nombre maximum des actions dont la Société pourra faire l'acquisition au titre de la présente résolution ne devra pas dépasser la limite de 10 % du capital social, fixée par l'article L. 225-209 du Code de commerce (anciennement article 217-2 de la loi du 24 juillet 1966).
- L'Assemblée Générale décide que les prix d'achat et de vente limites (tels qu'ajustés le cas échéant pour prendre en compte les opérations affectant le capital social) seront les suivants:
 - prix maximum d'achat par action : dix fois le prix de souscription des actions émises à l'occasion de l'admission sur le Premier Marché de la Bourse de Paris ;
 - prix minimum de vente par actions : la moitié du prix de souscription des actions émises à l'occasion de l'admission sur le Premier Marché de la Bourse de Paris.

Cette autorisation d'achat et de vente des actions est donnée pour une durée qui prendra fin lors de l'assemblée générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2001 et qui ne pourra en tout état de

RENSEIGNEMENTS A CARACTERE GENERAL CONCERNANT LA SOCIETE ET SON CAPITAL

cause pas excéder 18 mois. Elle pourra être utilisée y compris en période d'offre publique d'achat et/ou d'échange dans les conditions et limites prévues par la réglementation applicable.

En vue d'assurer l'exécution de cette résolution, tous pouvoirs sont conférés au directoire à l'effet:

- d'établir toute note d'information et d'effectuer toutes déclarations et formalités auprès de la Commission des opérations de bourse et du Conseil des Marchés Financiers;
- de passer tous ordres de bourse ou conclure tous accords à cet effet;
- de remplir toutes autres formalités et, de manière générale, faire ce qui sera nécessaire."

Quatorzième résolution (extraordinaire)

"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, dans le cadre de l'autorisation de rachat de ses propres actions par la Société conférée par l'assemblée générale ordinaire de ce jour, sous condition suspensive de l'admission aux négociations et de la première négociation des actions de la Société sur le Premier Marché de la Bourse de Paris, autorise le directoire, conformément aux dispositions de l'article L. 225-209 du Code de commerce (anciennement article 217-2 de la loi du 24 juillet 1966), à annuler, sur sa seule décision, en une ou plusieurs fois, tout ou partie des actions de la Société que cette dernière détiendrait au titre de l'autorisation d'achat d'actions de la Société conférée au directoire, et à réduire le capital social du montant nominal global des actions ainsi annulées, dans la limite de 10 % du capital par périodes de 24 mois,

Autorise le directoire à imputer la différence entre le prix de rachat des actions annulées et leur valeur nominale sur les primes et réserves disponibles.

L'Assemblée Générale lui donne tous pouvoirs pour en fixer les conditions et modalités, modifier, le cas échéant, les statuts de la Société en conséquence.

Ladite autorisation est donnée pour une période expirant lors de la prochaine assemblée générale ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2001."

(b) *Modalités*

- Objectifs du plan :
 - d'assurer la régularisation du cours de bourse de la Société par intervention systématique à contre-tendance ;
 - d'assurer l'achat et la vente d'actions en fonction des situations du marché ;
 - de les attribuer aux salariés et dirigeants dans les conditions et selon les modalités prévues par la loi, notamment dans le cadre de la participation aux fruits de l'expansion de l'entreprise, du régime des options d'achat d'actions ou par le biais d'un plan d'épargne groupe ;
 - de favoriser la réalisation d'opérations financières ou de croissance de la Société, les actions acquises pouvant être utilisées à toutes fins et notamment être, en tout ou en partie, conservées, cédées, transférées ou échangées ;
 - d'optimiser la gestion financière et patrimoniale de la Société notamment par le biais du droit de préemption institué dans le cadre du plan d'option d'achat d'actions ;
 - de les annuler dans la limite d'un nombre maximum ne pouvant excéder 10 % du capital social de la Société sur une période de vingt-quatre mois.
- Part maximale du capital à acquérir et montant maximal des fonds destinés à l'opération :
 - La part maximale du capital que la Société a été autorisée à acquérir par l'assemblée générale s'élève à 10 % du capital social. Le montant maximal global que la Société pourra utiliser pour racheter ses propres actions est de 250 millions d'euros, soit un maximum de 15 151 515 actions sur la base du Prix d'Introduction.

CHAPITRE 3

RENSEIGNEMENTS A CARACTERE GENERAL CONCERNANT LA SOCIETE ET SON CAPITAL

- La Société se réserve la possibilité d'utiliser la totalité de cette autorisation. Toutefois, au vu de la situation actuelle du marché, de la structure du capital et du financement de la Société, les dirigeants de la Société envisagent actuellement de procéder au rachat d'actions uniquement dans le cadre de la régularisation de cours et pour attribuer des options d'achat d'actions.
- Modalités des rachats :
 - L'acquisition, la cession, le transfert ou l'échange des actions pourront être effectués par tous moyens, notamment sur le marché, ou de gré à gré, notamment par voie d'opérations sur bloc de titres, et le cas échéant, en ayant recours à des instruments financiers dérivés pour autant que ces derniers moyens ne concourent pas à accroître de façon significative la volatilité du cours de l'action.
 - L'autorisation donnée par l'assemblée générale ne limite pas la part du programme pouvant être réalisée par voie de blocs de titres. La Société se réserve la possibilité de réaliser l'intégralité du présent programme par voie d'acquisition de blocs.
- Durée et calendrier du programme de rachat :
 - Le programme pourra être mis en œuvre à compter de la négociation des actions de la Société sur le Premier Marché de la Bourse de Paris et jusqu'à l'assemblée générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice qui sera clos le 31 décembre 2001 et ne pourra en tout état de cause pas excéder 18 mois.
- Modalités de financement du programme de rachat :
 - Le financement de ce programme pourra être opéré par utilisation de la trésorerie disponible, par émission d'emprunt et/ou par utilisation de crédits bancaires à court ou à moyen terme.

(c) *Eléments permettant d'apprécier l'incidence du programme sur la situation financière du groupe*

Le calcul des incidences du programme de rachat envisagé a été effectué, à titre indicatif, à partir des comptes consolidés au 31 décembre 2000, et sur la base des hypothèses suivantes :

- rachat d'actions : 1 % du capital, soit 1 788 822 actions (après ajustement pour tenir compte de l'évolution du capital depuis le 31 décembre 2000).
- prix moyen : 16,5 euros, soit le prix d'introduction.

Incidence sur la situation financière du groupe :

Au 31 décembre 2000	Avant le rachat d'actions	Pro forma après le rachat	Pro forma après annulation
Capitaux propres – Part du Groupe (en millions d'euros)	623,9	623,9	594,7
Résultat net – Part du Groupe (en millions d'euros) . . .	20,4	20,4	20,4
Nombre d'actions*	178 882 164	178 882 164	177 093 342
Bénéfice net par action (en euros).	0,11	0,11	0,12
Impact en % sur le bénéfice net par action.	—	0,0%	1,0%
Endettement net	1 218,2	1 247,7	1 247,7

* Après ajustement pour tenir compte de l'évolution du capital depuis le 31 décembre 2000

Note: L'annulation d'actions a été imputée sur les capitaux propres pour le montant du coût d'acquisition des actions rachetées et non pour la quote-part de situation nette correspondante.

RENSEIGNEMENTS A CARACTERE GENERAL CONCERNANT LA SOCIETE ET SON CAPITAL

(d) *Régime fiscal du rachat*

Pour le cessionnaire

Le rachat par la Société de ses propres titres en vue de leur annulation n'a généralement pas d'incidence sur son résultat imposable. La revalorisation des titres constatée, le cas échéant, entre la date du rachat et celle de leur annulation ne génère pas de plus-value du point de vue fiscal. Par ailleurs, cette opération ne rend pas le précompte exigible. Seul le rachat par la Société de ses propres titres, sans annulation ultérieure, aurait une incidence sur son résultat imposable dans la mesure où les titres seraient ensuite cédés ou transférés à un prix différent du prix de rachat.

Pour le cédant

Les rachats étant effectués conformément à l'article L. 225-209 du Code de commerce (anciennement article 217-2 de la loi du 24 juillet 1966), les gains réalisés à cette occasion seront soumis au régime des plus-values professionnelles prévu par l'article 39 du Code général des Impôts. Les gains réalisés par les personnes physiques seront soumis au régime des gains de cession de valeurs mobilières ou de droits sociaux, c'est-à-dire à une imposition au taux proportionnel de 16 % (26 % avec les prélèvements sociaux), en vertu de l'article 150 – OA du Code général des Impôts, lorsque le seuil annuel de cession est dépassé (seuil actuel de 50 000 francs).

Les actionnaires non résidents ne sont pas soumis à l'imposition en France.

(e) *Répartition du capital de la Société*

La répartition du capital de la Société, avant et après l'introduction, est indiquée au paragraphe 2.1.5.2 ci-dessus.

(f) *Intention des personnes contrôlant la Société*

A la connaissance de la Société, ses principaux actionnaires n'ont pas l'intention de céder leur participation dans le capital de la Société dans le cadre du programme de rachat d'actions.

3.2.3 Capital social

L'assemblée générale extraordinaire des actionnaires du 20 juin 2000 a autorisé la conversion du capital social en euros. A l'issue de cette assemblée, le capital social s'élevait ainsi à 2 606 223 euros divisé en 170 957 actions (l'expression de la valeur nominale des actions a été supprimée des statuts), toutes souscrites en totalité et intégralement libérées.

L'assemblée générale extraordinaire des actionnaires du 9 octobre 2000 a autorisé la multiplication par 1 000 du nombre d'actions par création de 170 786 043 actions nouvelles qui ont été ajoutées aux 170 957 actions existantes. A l'issue de cette assemblée le capital social s'élevait à 2 606 223 euros divisé en 170 957 000 actions.

L'assemblée générale extraordinaire des actionnaires du 11 octobre 2000 a autorisé une augmentation de capital d'un montant de 79 738,19 euros par émission de 5 230 464 actions nouvelles en rémunération des apports réalisés dans le cadre des opérations de réorganisation décrites au paragraphe 3.3.4 ci-dessous. L'assemblée générale extraordinaire du 11 octobre 2000 a également augmenté le capital d'un montant de 0,81 euro par incorporation des réserves afin d'arrondir le montant du capital social. A l'issue de cette assemblée, le capital social s'élevait à 2 685 962 euros divisé en 176 187 464 actions.

L'assemblée générale extraordinaire des actionnaires du 23 mars 2001 a autorisé une augmentation de capital d'un montant de 41 081 euros par émission de 2 694 700 actions nouvelles en rémunération des apports réalisés dans le cadre des opérations de réorganisation décrites au paragraphe 3.3.4 ci-dessous. A l'issue de cette assemblée, le capital social s'élevait à 2 727 043 euros divisé en 178 882 164 actions.

3.2.4 Capital autorisé mais non émis

L'assemblée générale extraordinaire des actionnaires du 23 mars 2001 a délégué au directoire les pouvoirs nécessaires à l'effet :

1. de procéder, pendant une période de vingt-six mois à compter de la date de cette assemblée, à l'augmentation du capital social, en une ou plusieurs fois par l'émission d'actions et/ou d'autres valeurs mobilières y compris de bons de souscription autonome, à l'exception d'actions de priorité et de certificats d'investissements, donnant accès, immédiatement ou à terme à des actions de la Société sur le marché français et/ou international, par tous moyens et notamment par souscription, conversion,

CHAPITRE 3

RENSEIGNEMENTS A CARACTERE GENERAL CONCERNANT LA SOCIETE ET SON CAPITAL

échange, remboursement, présentation d'un bon ou incorporation de réserves, bénéfiques, primes ou autres dont la capitalisation serait admise, sous forme d'attribution d'actions gratuites et/ou d'élévation de la valeur nominale des actions existantes, avec maintien du droit préférentiel de souscription des actionnaires, dans la limite d'un montant maximal d'augmentation de capital de 2,5 milliards d'euros et d'un montant nominal maximum global de valeurs mobilières représentatives de créances sur la Société donnant accès au capital de 1 milliard d'euros, ou la contre-valeur de chacun de ces montants en toute autre devise ;

2. d'augmenter le capital social, en une ou plusieurs fois, pendant une durée de cinq ans, par émission d'actions nouvelles réservées à certains salariés de la Société, des sociétés françaises qui lui sont liées au sens de l'article L. 225-180 du Code de commerce (anciennement article 208-4 de la loi du 24 juillet 1966) et de JCDecaux Holding, dans la limite d'un montant nominal maximal de 15 millions d'euros ;
3. de procéder, pendant une période de vingt-six mois à compter de la date de cette assemblée, à l'augmentation du capital social, en une ou plusieurs fois par l'émission d'actions et/ou d'autres valeurs mobilières, à l'exception d'actions de priorité et de certificats d'investissements, donnant accès, immédiatement ou à terme à des actions de la Société sur le marché français et/ou international, par tous moyens et notamment par souscription, conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon ou de toute autre manière, sans droit préférentiel de souscription, dans la limite d'un montant maximal d'augmentation de capital de 2,5 milliards d'euros, ou la contre-valeur de ce montant en toute autre devise, dont l'allocation se fera comme suit :
 - i. le montant maximum de l'augmentation de capital susceptible d'être réalisée dans le cadre de l'introduction de la Société sur le Premier Marché de la Bourse de Paris est fixé à 1,5 milliard d'euros;
 - ii. le solde, soit 1 milliard d'euros pourra être utilisé par le directoire dans le cadre de la délégation qui lui est conférée ;

Il est précisé que :

- ce montant s'imputera sur le montant nominal de toute augmentation de capital susceptible d'être réalisée, directement ou non, en vertu des délégations conférées par l'assemblée générale décrite au paragraphe 1 ci-dessus; et que
- l'émission de valeurs mobilières représentatives de créances sur la Société donnant accès au capital sera limité à un montant nominal maximum de 1 milliard d'euros ou la contre-valeur de ce montant en toute autre devise et étant précisé que ce montant s'imputera sur le montant nominal des titres de créances susceptibles d'être émis en vertu de la délégation décrite au paragraphe 3 ci-dessous ;

Par ailleurs, l'assemblée générale extraordinaire des actionnaires du 23 mars 2001, sous condition suspensive de l'admission aux négociations et de la première négociation des actions de la Société sur le Premier Marché d'Euronext Paris, a autorisé le directoire à faire usage, en tout ou partie, dans le cadre des dispositions légales, des délégations visées aux paragraphes 1 et 3 ci-dessus au cas où interviendraient une ou des offres publiques d'achat ou d'échange sur les valeurs mobilières émises par la Société. Cette autorisation a été conférée pour une durée qui expirera à l'issue de l'assemblée qui statuera sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2001.

Enfin, l'assemblée générale extraordinaire des actionnaires du 11 avril 2001 a délégué au directoire les pouvoirs nécessaires à l'effet d'augmenter le capital social par émission d'un nombre maximum de 15 000 000 bons de souscription d'actions au prix de 0,001 euro par bon, chaque bon donnant droit à la souscription d'une action nouvelle, avec suppression du droit préférentiel de souscription des actionnaires à ces bons et aux actions auxquelles ils donnent droit au profit de Goldman Sachs Paris Inc. et Cie en tant que coordinateur global de l'Offre. Cette autorisation est valable jusqu'au 11 avril 2002, les bons étant exerçables au Prix d'Introduction jusqu'à l'expiration d'un délai de trente jours à compter de la date du visa sur le prospectus définitif.

3.2.5 Titres non représentatifs du capital

L'assemblée générale ordinaire des actionnaires du 23 mars 2001 a, sous condition suspensive de l'admission aux négociations et de la première négociation des actions de la Société sur le Premier Marché de la Bourse de Paris, délégué au directoire les pouvoirs nécessaires à l'effet de procéder à l'émission d'obligations, tant en France qu'à l'étranger, en euros ou en toute monnaie ou unité monétaire établie par référence à plusieurs monnaies, en une ou

RENSEIGNEMENTS A CARACTERE GENERAL CONCERNANT LA SOCIETE ET SON CAPITAL

plusieurs fois, par appel public à l'épargne ou placement privé, celles-ci pouvant, le cas échéant, être assorties de bons donnant droit à souscrire à des obligations jusqu'à concurrence d'un montant total nominal maximal de 1 milliard d'euros ou sa contre-valeur en toute monnaie ou unité monétaire établie par référence à plusieurs monnaies au jour de la décision d'émission. Par ailleurs, ladite assemblée a autorisé le directoire à décider que les obligations auront le caractère de titres subordonnés ou non, à durée déterminée ou indéterminée, ou présenteront les caractéristiques d'obligations complexes au sens entendu par la Commission des opérations de bourse et le Conseil des Marchés Financiers. Cette autorisation est valable pour une durée de 5 ans.

3.2.6 Autres titres donnant accès au capital

Voir paragraphe 6.3.3

3.2.7 Tableau d'évolution du capital depuis la création de la Société

Date	Opération	Nombre d'actions émises	Montant nominal de l'augmentation de capital	Prime d'émission par action	Montant cumulé de la prime d'émission	Montant successifs du capital	Nombre cumulé d'actions	Valeur nominale
5 juin 1975	Constitution	120 000	12 000 000 F	—	—	12 000 000 F	120 000	100 F
30 juin 1994	Augmentation de capital(1)	50 957	5 095 700 F	10 569,98 F	538 614 674 F	17 095 700 F	170 957	100 F
20 juin 2000	Conversion du capital en euros	—	—	—	—	2 606 223 €	170 957	15,2449 € ⁽²⁾
9 octobre 2000	Division de la valeur nominale des actions	170 786 043	—	—	—	2 606 223 €	170 957 000	(²⁾
11 octobre 2000	Augmentation de capital en rémunération des apports de la société Media Communication Publicité Extérieure	7 000	107 €	27,32€	191 244,09 €	2 606 330 €	170 964 000	(²⁾
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	(²⁾
11 octobre 2000	Augmentation de capital par incorporation de réserves	—	0,81 €	—	—	2 685 962 €	176 187 464	(²⁾
23 mars 2001	Augmentation de capital en rémunération des apports des sociétés RPMU et JCDS	2 694 700	41 081 €	56,97 €	153 530 088,6 €	2 727 043 €	178 882 164	(²⁾

(1) L'augmentation de capital du 30 juin 1994 résulte de l'apport de titres de sociétés par JCDecaux Holding, la Famille Decaux et le groupe Vivendi dans un but de simplification de l'organigramme.

(2) Lors de la conversion du capital en euros, l'expression de la valeur nominale des actions a été supprimée des statuts.

3.3 REPARTITION ACTUELLE DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE

3.3.1 Actionnariat de la Société au 30 mai 2001

Actionnaires ⁽¹⁾	Nombre d'actions	Pourcentage de capital et des droits de vote
JCDecaux Holding	172 093 048 ⁽²⁾	96,20 %
Jean-François Decaux	2 436 179	1,36 %
Jean-Charles Decaux	2 066 210	1,16 %
Jean-Sébastien Decaux	858 324	0,48 %
Jean-Pierre Decaux	803 037	0,45 %
Jean-Marie Decaux	571 886	0,32 %
Robert Caudron	23 670	0,01 %
Annick Piraud	18 572	0,01 %
Jean-Claude Decaux	8 175	—
Danielle Decaux	3 059	—
Pierre-Alain Pariente	2	—
Christian Blanc	2	—
Total	178 882 164	100 %

(1) Avant l'Offre.

(2) 12 821 000 actions détenues par JCDecaux Holding sont nanties au bénéfice de certaines banques conformément à une convention d'ouverture de crédit datant du 6 septembre 2000. La mainlevée de ce nantissement devrait être obtenue après remboursement de ce prêt qui devrait intervenir juste après la présente Offre.

Il n'existe pas d'autocontrôle ni d'actions auto-détenues.

CHAPITRE 3

RENSEIGNEMENTS A CARACTERE GENERAL CONCERNANT LA SOCIETE ET SON CAPITAL

A la connaissance des dirigeants, il n'existe pas de pacte entre les actionnaires visés ci-dessus relatif à leurs participations respectives dans la Société.

3.3.2 Modifications dans la répartition du capital au cours des trois dernières années

Date	Titulaire	Bénéficiaire	Nombre d'actions transférées ou créées*
8 juin 1998	SAIGE ⁽¹⁾	JCDecaux Holding	1 343 000
10 juin 1998	SMA ⁽²⁾	JCDecaux Holding	301 000
10 juin 1998	CGC ⁽³⁾	JCDecaux Holding	530 000
10 juin 1998	Vivendi	JCDecaux Holding	21 649 000
23 octobre 1998	Jean-Sébastien Decaux	Jean-François Decaux	575 000
23 octobre 1998	Jean-Sébastien Decaux	Jean-Charles Decaux	474 000
31 juillet 1999	SNIG ⁽⁴⁾	JCDecaux Holding	10 369 000
10 octobre 2000	JCDecaux Holding	Pierre-Alain Pariente	2
10 octobre 2000	JCDecaux Holding	Christian Blanc	2
11 octobre 2000	Apport en nature de titres de la société MCPE	JCDecaux Holding	7 000
11 octobre 2000	Apport en nature de titres ⁽⁵⁾	Robert Caudron	1 670
11 octobre 2000	Apport en nature de titres ⁽⁵⁾	Jean-Claude Decaux	6 175
11 octobre 2000	Apport en nature de titres ⁽⁵⁾	Jean-Pierre Decaux	760 037
11 octobre 2000	Apport en nature de titres ⁽⁵⁾	Jean-Charles Decaux	736 510
11 octobre 2000	Apport en nature de titres ⁽⁵⁾	Jean François Decaux	798 979
11 octobre 2000	Apport en nature de titres ⁽⁵⁾	Jean-Sébastien Decaux	159 024
11 octobre 2000	Apport en nature de titres ⁽⁵⁾	Danielle Decaux	3 059
11 octobre 2000	Apport en nature de titres ⁽⁵⁾	Jean-Marie Decaux	571 886
11 octobre 2000	Apport en nature de titres ⁽⁵⁾	Annick Piraud	18 572
11 octobre 2000	Apport en nature de titres ⁽⁵⁾	JCDecaux Holding	2 167 552
23 mars 2001	Apport en nature de titres de la société RPMU	JCDecaux Holding	1 394 000
23 mars 2001	Apport en nature de titres de la société RPMU	Jean-François Decaux	82 000
23 mars 2001	Apport en nature de titres de la société RPMU	Jean-Charles Decaux	82 000
23 mars 2001	Apport en nature de titres de la société RPMU	Jean-Pierre Decaux	41 000
23 mars 2001	Apport en nature de titres de la société RPMU	Jean-Sébastien Decaux	41 000
23 mars 2001	Apport en nature de titres de la société JCDS	JCDecaux Holding	874 500
23 mars 2001	Apport en nature de titres de la société JCDS	Jean-François Decaux	74 200
23 mars 2001	Apport en nature de titres de la société JCDS	Jean-Charles Decaux	47 700
23 mars 2001	Apport en nature de titres de la société JCDS	Jean-Sébastien Decaux	58 300

* En tenant compte de la multiplication par 1000 du nombre d'actions.

(1) Société Auxiliaire d'Investissements et de Gestion, filiale du groupe Vivendi.

(2) Sociedad Mediterranea de Aguas, filiale du groupe Vivendi.

(3) Compagnie Générale de Chauffage, filiale du groupe Vivendi.

(4) Société Nouvelle d'Investissements et de Gestion, filiale du groupe Vivendi.

(5) Apport en nature d'actions de JCDecaux France, Sopact, Semup, DPE, Somupi, Purbe, JCDecaux Belgium Publicité, Aribus City Media, El Mobiliario Urbano, JCDecaux Portugal, JCDecaux Luxembourg, JCDecaux UK Ltd et Maximedia Oy.

Ces transferts d'actions correspondent au désengagement du groupe Vivendi du capital de la Société et aux opérations de réorganisation décrites au paragraphe 3.3.4 ci-dessous.

3.3.3 Personnes morales détenant le contrôle de la Société

Le principal actionnaire de la Société est la société JCDecaux Holding (anciennement JCDecaux International), majoritairement détenue par la famille Decaux et dont l'objet social est principalement la prise de participations dans d'autres sociétés. Au 31 décembre 2000, le capital social de la société JCDecaux Holding était réparti de la façon suivante:

Actionnaires	Nombre d'actions	
	Actions en pleine propriété	Actions en nue propriété
Jean-Claude Decaux	30	—
Jean-François Decaux	220 935	429 000*
Jean-Charles Decaux	45 435	604 500*
Jean-Sébastien Decaux	45 435	604 500*
Jean-Pierre Decaux	65	—
Robert Caudron	65	—
Danielle Decaux	35	—
Sous total	312 000	1 638 000
TOTAL	1 950 000	

* Monsieur Jean-Claude Decaux détient l'usufruit de ces actions

RENSEIGNEMENTS A CARACTERE GENERAL CONCERNANT LA SOCIETE ET SON CAPITAL

En vue de l'introduction en bourse de la Société, et afin de simplifier l'organigramme du Groupe, une réorganisation juridique du Groupe a été entreprise en cinq étapes. Dans une première étape, la société JCDecaux Mobilier Urbain (anciennement JCDecaux) a absorbé les sociétés Société Fermière des Colonnes Morris (SFCM) et Société d'Entreprise Générale (SEG) dont le capital était majoritairement détenu par la Société.

Dans une deuxième étape, la société Avenir France a absorbé la société EPB (qui a elle-même absorbé la société VAEP SARL dont elle détenait 100 % du capital), la société Métropole, la société Christian Dufour Communication, la société Médiapole, la société CFPO (qui a elle-même absorbé la société Lyon Palissades dont elle détenait 100 % du capital), la société Sopremo et la société Visuel SARL.

Dans une troisième étape, la Société a absorbé la société MCPE.

Ces trois premières étapes de réorganisation ont été approuvées par les assemblées générales des actionnaires des différentes sociétés et de la Société le 11 octobre 2000.

Par ailleurs, des actions des sociétés JCDecaux Mobilier Urbain, SOPACT, SOMUPI, SEMUP, DPE, Purbe, JCDecaux Belgium Publicité, Abribus City Media, El Mobiliario Urbano, Maximédia Oy, JCDecaux Luxembourg, JCDecaux Portugal et JCDecaux UK ont été apportées à la Société sous la forme d'apports en nature.

Dans une quatrième étape, la Société a absorbé les sociétés RPMU et JCDecaux Services. Ces opérations ont été approuvées par les assemblées générales des actionnaires des différentes sociétés et de la Société le 23 mars 2001 avec un effet juridique au 1^{er} avril 2001 et un effet rétroactif comptable au 1^{er} janvier 2001.

Enfin, dans une cinquième étape, la Société a absorbé la société JCDecaux Communication (T) dans le cadre d'une opération de fusion simplifiée approuvée par l'assemblée générale des actionnaires de la Société le 11 avril 2001.

3.4 MARCHE DES TITRES DE LA SOCIETE

A la date d'établissement du présent prospectus, les actions de JCDecaux SA ne font l'objet d'aucune cotation sur une place financière française ou étrangère.

3.5 DIVIDENDES

3.5.1 Politique de distribution

La Société a distribué au cours des cinq dernières années, les dividendes suivants :

Exercice au titre duquel la distribution du dividende est intervenue	Avant conversion du capital en euros et division du nominal des actions				Après conversion du capital en euros et division du nominal des actions ⁽¹⁾			
	Dividende par action sans avoir fiscal		Dividende par action avec avoir fiscal ⁽²⁾		Dividende par action sans avoir fiscal		Dividende par action avec avoir fiscal ⁽²⁾	
	Francs	Euros	Francs	Euros	Francs	Euros	Francs	Euros
1996	296	45,12	444	67,69	0,287	0,044	0,431	0,066
1997	8 774	1 337,59	13 161	2 006,38	8,51	1,298	12,77	1,947
1998	—	—	—	—	—	—	—	—
1999	930	141,77	1 348,5	205,58	0,90	0,138	1,31	0,20
2000	—	—	—	—	—	—	—	—

(1) Avant augmentation de capital réalisée le 23 mars 2001 résultant de l'apport de titres de filiales, soit sur la base de 176 187 464 actions.

(2) Pour les dividendes distribués au titre des exercices 1996 à 1997, le taux de l'avoir fiscal est de 50 %. A compter du 1er janvier 1999, ce taux est de 45 %.

Dans la mesure où la Société vise une politique de croissance dynamique fondée sur le réinvestissement des bénéfices dégagés, elle anticipe actuellement de ne pas distribuer de dividendes dans un futur proche. Par ailleurs, aux termes de la convention d'ouverture de crédit, datant du 6 septembre 2000, le Groupe ne peut distribuer des dividendes pour un montant supérieur à 30 % du résultat net consolidé pour une année fiscale donnée.

3.5.2 Délai de prescription

Les dividendes non réclamés sont prescrits au profit de l'Etat à l'issue d'un délai de cinq ans à compter de la date de leur mise en paiement.

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

4.1 PRESENTATION DU GROUPE JCDECAUX

4.1.1 Historique du Groupe

Le groupe JCDecaux (ci-après le “Groupe JCDecaux” ou le “Groupe”) a été créé en France en 1964 par Jean-Claude Decaux, l’inventeur du concept de mobilier urbain, et a connu depuis sa création une croissance continue avec des activités dans 38 pays. Tout au long de son histoire, la stratégie du Groupe JCDecaux a été de servir les collectivités avec lesquelles il opère en leur fournissant des équipements de haute qualité et d’accroître l’efficacité et la qualité de ce média de communication extérieure. Les dates-clés de l’évolution du Groupe sont les suivantes:

- En 1964, le Groupe a conçu et installé ses abribus à Lyon, première ville au monde à disposer gratuitement de mobiliers urbains en échange de droits d’exploitation des espaces publicitaires.
- En 1972 et en 1976, le Groupe a remporté les marchés du mobilier urbain de Paris. Le Groupe a conçu et installé les premiers mobiliers urbains pour information (MUPI).
- Dans les années 1970, le Groupe a étendu ses activités hors de France en introduisant le concept de mobilier urbain au Portugal et en Belgique.
- Dans les années 1980, le Groupe a étendu son activité à d’autres grandes villes européennes telles que Hambourg et Amsterdam. Le Groupe a également installé ses premiers sanitaires publics automatiques.
- Dans les années 1990, le Groupe a poursuivi le développement de ses activités à l’international, en Europe (Madrid et Londres), en Amérique du Nord (San Francisco), en Australie (Sydney) et en Asie (Singapour).
- Le 12 octobre 1998, le Groupe a conclu son premier contrat d’installation de mobilier urbain dans des centres commerciaux aux Etats-Unis avec le groupe Simon, le plus grand opérateur mondial de centres commerciaux.
- Le 29 juin 1999, le Groupe a fait l’acquisition du groupe Avenir, pôle de communication extérieure du groupe Havas Media Communication, pour un prix de 931,8 millions d’euros (6,11 milliards de francs) dette comprise. Le périmètre d’acquisition incluait la société Avenir France (affichage grand format), AP Systèmes et Sky Sites (publicité dans les transports), Claude Publicité (publicité lumineuse) et Mills & Allen (affichage grand format). En 1999, les activités du pôle Avenir ont représenté environ 48 % du chiffre d’affaires consolidé pro forma du Groupe et environ 163 000 faces publicitaires réparties dans 15 pays. Avec une gamme complète et attrayante de services publicitaires, le Groupe est à même d’offrir à ses clients la tradition et l’expérience du Groupe en matière d’innovation, de qualité, d’esthétique et d’entretien.

Suite à l’acquisition du pôle Avenir, le Groupe a réalisé une restructuration importante de ses services centraux, en fusionnant les services administratifs et financiers, ainsi que les services logistiques et techniques (installation et entretien des équipements et mise en place des affiches), qui sont dorénavant communs à JCDecaux et à Avenir en France. De plus, le Groupe a réorganisé son réseau d’affichage publicitaire lui permettant d’accroître significativement les ventes nettes d’espaces publicitaires de courte conservation de son réseau national. Par ailleurs, le Groupe est en phase avec les opportunités stratégiques d’économies de coût qu’il avait identifiées au moment du rachat du pôle Avenir (estimées à environ 11,6 millions euros). La mutualisation des services généraux et administratifs actuellement en cours, notamment en Grande Bretagne et en Espagne, devrait engendrer des économies additionnelles.

4.1.2 Caractéristiques essentielles de l’activité

4.1.2.1 Marchés

Les données statistiques d’origine indépendante sont plus rares pour le marché de la communication extérieure que pour les autres domaines de la publicité. Par conséquent, afin de fournir les données les plus précises, les informations statistiques ci-dessous émanent de différentes sources. Lorsque ces sources fournissaient des données contradictoires, le Groupe a essayé de les réconcilier à la lumière de son expérience du marché.

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

Le marché de la communication extérieure représente une part croissante du marché global de la publicité qui inclut également d'autres médias tels que la télévision hertzienne et par câble, la radio, la presse, le cinéma et la publicité sur Internet.

En 2000, les dépenses publicitaires mondiales dans le marché de la communication extérieure se sont élevées à approximativement 20 milliards d'euros (soit environ 131 milliards de francs), représentant approximativement 6 % des dépenses publicitaires mondiales totales d'un montant de 356 milliards d'euros (soit 2 335 milliards de francs) pour cette même année. En 1987, les dépenses publicitaires mondiales s'élevaient à 135 milliards d'euros (soit 886 milliards de francs) et la part représentée par le marché de la communication extérieure était alors de 5 % (source : Zenith Media sur la base d'un taux de conversion moyen pour 2000 de 1,085 euro pour 1 dollar). C'est dans la région Asie/Pacifique que les dépenses publicitaires liées à la communication extérieure sont les plus significatives, puisqu'elles représentaient 10 % du marché global de la publicité dans cette région en 2000. La part des dépenses publicitaires représentée par le marché de la communication extérieure dans le total des dépenses publicitaires par région s'élevait, respectivement, à 4 % pour l'Amérique du Nord, 6 % pour l'Europe et 3 % pour l'Amérique du Sud en 2000.

Le marché de la communication extérieure a progressé à un taux annuel moyen de 8,5 % depuis 1998, alors que le marché mondial de la publicité n'a augmenté qu'au taux annuel moyen de 7,1 % sur la même période. La croissance annuelle estimée du marché de la communication extérieure jusqu'en 2003 est de 7,1 % alors que le marché mondial de la publicité ne devrait croître que de 5,8 % par an sur cette même période (Source : Zenith Media).

Le marché de la communication extérieure comprend trois segments principaux: l'affichage grand format, la publicité dans les transports et la publicité sur mobilier urbain. Il existe d'autres formes de communication extérieure, telles que la publicité sur les chariots de supermarché, ainsi que sur d'autres supports tels que des ballons dirigeables, ou des tickets de métro qui sont regroupées sous l'appellation "médias ambiants". Selon les estimations du Groupe, l'affichage grand format représente plus de 48 % des dépenses mondiales dans le marché de la communication extérieure en 2000, la publicité dans les transports environ 25 %, et la publicité sur mobilier urbain environ 16 %. Le solde, soit 11 %, est représenté par les médias ambiants.

L'affichage grand format constitue la forme la plus traditionnelle, et demeure la forme la plus répandue de publicité dans le marché de la communication extérieure. L'affichage grand format comprend les panneaux publicitaires traditionnels, qui existent aujourd'hui en plusieurs tailles et styles, les affiches peintes et les enseignes lumineuses. L'affichage grand format est perçu par les annonceurs comme un média plus fongible que les autres médias du marché de la communication extérieure convenant aussi bien aux campagnes locales qu'aux campagnes nationales. La part de marché est habituellement calculée sur le nombre de faces publicitaires dont une société dispose (et non à partir du chiffre d'affaires). Les panneaux publicitaires se situent principalement sur des terrains privés que les propriétaires louent pour une durée variant habituellement de quatre à six ans.

La publicité dans les transports comprend des panneaux publicitaires situés sur ou dans les bus et les rames de métros, des panneaux publicitaires situés dans les stations de bus, de métro ou de train ainsi que la publicité dans les aéroports et les terminaux de ferry. Les contrats d'affichage dans les transports sont généralement obtenus auprès de sociétés privées ou d'autorités gouvernementales pour des périodes de moyen à long terme, généralement entre 3 ans et 7 ans. Ces contrats de concession prévoient généralement un partage des recettes publicitaires en contrepartie du droit d'exploitation des espaces publicitaires.

L'exploitation d'espaces publicitaires sur des équipements de mobilier urbain est l'activité la plus récente sur le marché de la communication extérieure. Le mobilier urbain comprend notamment les abribus, les mobiliers urbains pour information (MUPI), les sanitaires publics automatiques, les colonnes multiservices dont les "colonnes Morris" en France, les kiosques à journaux, les panneaux individuels, les bornes de propreté, les dispositifs de recyclage, les bancs publics et les candélabres. Les contrats de mobilier urbain sont habituellement conclus avec les collectivités locales pour une durée comprise entre huit et vingt-cinq ans et prévoient la mise en place d'équipements de mobilier urbain en échange d'un droit d'exploitation de l'espace publicitaire figurant sur certains de ces équipements. Les contrats de mobilier urbain se caractérisent par d'importantes dépenses d'investissements engagées dès la signature du contrat.

CHAPITRE 4

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

Le marché de la communication extérieure est un marché concurrentiel, avec plusieurs intervenants importants présents dans les trois branches d'activités et dans une multitude de pays, ainsi que des intervenants locaux ou de niche, plus particulièrement dans l'affichage grand format. Les dix plus grands groupes du marché de la communication extérieure sont indiqués dans le tableau ci-dessous, par ordre de part de marché calculée en terme de chiffre d'affaires en 2000:

Nom	Nationalité	Chiffre d'affaires 2000 (en millions d'euros)	Présence géographique
Clear Channel	Etats-Unis	1 876	Etats-Unis, Europe, Amérique du Sud, Asie
Infinity(Viacom)	Etats-Unis	1 865	Etats-Unis, Mexique et Europe
JCDecaux ^(a)	France	1 417	Europe, Etats-Unis, Amérique du Sud, Asie
Lamar	Etats-Unis	746	Etats-Unis
DSM ^(b)	Allemagne	260	Allemagne
Affichage Holding	Suisse	198	Suisse
Stroer ^(c)	Allemagne	180	Allemagne
Maiden	Grande Bretagne	132	Grande Bretagne
Metrobus ^(d)	France	117	France
Gewista ^(e)	Autriche	102	Autriche

Sources : Rapports des sociétés et Groupe JCDecaux, sur la base d'un taux de conversion moyen pour 2000 de 1,085 euro pour 1 dollar, de 1,641 euro pour 1 livre britannique et de 0,642 euro pour 1 franc suisse.

- (a) Ce montant ne comprend toutefois pas le chiffre d'affaires généré par Affichage Holding, une société basée en Suisse dans laquelle le Groupe JCDecaux est l'actionnaire principal avec une participation de 30 %.
- (b) En termes de chiffre d'affaires 1999, le chiffre d'affaires pour 2000 n'étant pas disponible
- (c) En termes de chiffre d'affaires brut, le chiffre d'affaires net n'étant pas disponible.
- (d) En termes de chiffre d'affaires 1999, le chiffre d'affaires 2000 n'étant pas disponible.
- (e) En avril 2001, le Groupe a conclu un accord portant sur le contrôle de 67 % de Gewista par l'intermédiaire d'un partenariat. Voir paragraphe 7.1 Evolution récente.

C'est en Europe de l'Ouest que le Groupe JCDecaux est le plus présent. Le tableau suivant illustre la part de marché estimée du Groupe (en termes de chiffre d'affaires 1999) sur chacune de ses principales branches d'activités, dans les principaux pays où le Groupe est présent :

	Mobilier urbain	Affichage publicitaire	Transport ⁽¹⁾	Total Communication extérieure
France	88 %	29 %	8 %	39 %
Grande Bretagne	22 %	35 %	14 %	22 %
Allemagne	28 %	—	—	15 %
Péninsule Ibérique ⁽²⁾	59 %	38 %	18 %	42 %
Italie	—	10 %	2 %	5 %
Benelux ⁽³⁾	53 %	35 %	—	39 %
Scandinavie ⁽⁴⁾	54 %	34 %	12 %	30 %
Total Europe de l'Ouest ⁽⁵⁾	51 %	25 %	8 %	28 %

Source : Organisations professionnelles, rapports annuels, JCDecaux

- (1) Cette catégorie comprend des activités où le Groupe n'est pas présent, ou est faiblement présent, telles que la publicité sur les bus et dans les chemins de fer. La majorité des concessions du Groupe concerne des aéroports où le Groupe dispose d'une part de marché de 48 % dans les pays indiqués.
- (2) Incluant l'Espagne et le Portugal.
- (3) Incluant la Belgique, les Pays-Bas et le Luxembourg.
- (4) Incluant la Norvège, la Suède, la Finlande, l'Islande et le Danemark.
- (5) Incluant les pays listés ci-dessus ainsi que l'Irlande et excluant l'Autriche et la Suisse.

Sur le marché de la communication extérieure, la concurrence s'exerce habituellement par les prix, la localisation des faces publicitaires, la disponibilité d'un réseau de faces publicitaires et le service fourni. Pour l'affichage

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

grand format, les tarifs publicitaires sont fonction de l'implantation des faces publicitaires ainsi que de leur localisation. Pour le mobilier urbain, les tarifs publicitaires sont généralement fondés sur la qualité globale de l'exposition de la face publicitaire et sur l'audience que peut générer la couverture du réseau publicitaire. L'exposition est définie comme le nombre de "contacts" que peut avoir un public potentiel avec la face concernée sur une période donnée. La tarification publicitaire peut également varier selon la nature du contact qu'un public peut avoir avec une face publicitaire ainsi que selon la qualité du panneau publicitaire (rétro-éclairage, affiche déroulante, etc...).

Selon Zenith Media, les ventes d'espaces publicitaires sur le marché de la communication extérieure ont crû respectivement à un taux annuel moyen d'environ 9,1 % en Europe, et 9,5 % aux Etats-Unis, entre 1995 et 2000. Ces taux de croissance sont supérieurs à la croissance moyenne des ventes annuelles d'espaces publicitaires sur le marché global de la publicité, qui étaient d'environ 7,6 % en Europe et 7,5 % aux Etats-Unis sur la même période, et sont significativement supérieurs à la croissance moyenne annuelle des ventes de publicité dans la presse, qui a seulement crû de 6,4 % et de 5,7 % sur ces mêmes marchés entre 1995 et 2000. La publicité radiodiffusée a progressé de 9,5 % en Europe et de 8,8 % aux Etats-Unis sur la même période et la publicité télévisée de 9,1 % et 9,0 %, respectivement, sur ces mêmes segments, entre 1995 et 2000. Il est rappelé que les chiffres pour l'année 2000 fournis par Zenith Media sont des estimations, par conséquent ces chiffres et les taux annuel moyen de croissance donnés pour les périodes de référence peuvent différer des chiffres émanant d'autres sources.

La croissance de la communication extérieure a été particulièrement forte en Grande-Bretagne, avec un taux de croissance annuel moyen d'environ 13,5 % entre 1995 et 2000, en comparaison avec un taux de croissance annuel moyen de 8 % pour le marché global de la publicité (Source : The United Kingdom Advertising Association). Les dépenses de publicité extérieure représentent environ 7 % du total des dépenses de publicité en Grande Bretagne. L'Asie est la seule région importante où les dépenses de publicité extérieure ont diminué, principalement en raison de la crise économique survenue dans cette région en 1998. Selon Zenith Media, le taux de croissance annuelle des ventes d'espaces de publicité extérieure a connu une croissance moyenne légère ou nulle entre 1995 et 2000, bien qu'elle ait recommencé à croître à partir de 1998, avec une croissance de 4 % entre 1998 et 1999. Ceci s'explique principalement par la crise économique qui a frappé l'Asie en 1998. La publicité extérieure représentant en Asie une part plus importante du marché global de la publicité que dans d'autres régions, le ralentissement subi en Asie a eu un impact plus important sur le taux de croissance mondial du marché de la communication extérieure que sur d'autres marchés. Pour l'année 2000, Zenith Media estime que le taux moyen de croissance des ventes d'espaces de publicité extérieure sera de 5,2 % en Asie.

Le Groupe estime que le mobilier urbain est le segment où la croissance est la plus forte sur le marché de la communication extérieure, comme l'indique notamment la forte croissance des activités de communication extérieure sur mobilier urbain en Grande Bretagne, qui constitue l'un des marchés publicitaires les plus importants en Europe.

Les activités de mobilier urbain sont plus particulièrement développées en Europe, où le Groupe estime que les ventes d'espaces publicitaires sur mobilier urbain constituent environ 25 à 30 % des ventes globales d'espaces du marché de la communication extérieure. Les activités de mobilier urbain se développent également progressivement aux Etats-Unis, particulièrement dans les principales zones urbaines et dans les centres commerciaux (shopping malls), le "centre-ville" des Etats Unis selon le Groupe. Dans les régions Asie/Pacifique et Amérique Latine, où le concept de mobilier urbain demeure relativement nouveau, des concessions de mobilier urbain ont récemment fait l'objet de procédure d'appel d'offres dans des villes telles que Sydney, Singapour et Montevideo. Le Groupe estime que la popularité croissante de la communication extérieure, ainsi que la fragmentation croissante des médias sur le marché de la publicité intérieure, continueront de favoriser la croissance du marché de la communication extérieure dans ces régions.

CHAPITRE 4

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

L'audience liée à la publicité extérieure a considérablement crû au cours des cinq dernières années. Le tableau suivant illustre l'évolution du nombre de véhicules automobiles par rapport à la population dans l'Union Européenne et dans les principaux pays européens entre 1990 et 1999 et illustre l'accroissement de l'audience de la publicité extérieure :

Nombre de véhicules pour 1 000 habitants au 1er janvier					%
	1990	1995	1998	1999	d'évolution 1990-1999
Union Européenne	454	473	512	545	20,0 %
Allemagne	512	529	556	554	8,2 %
Belgique	419	463	490	498	18,9 %
Espagne	403	430	483	522	29,5 %
France	495	520	545	548	10,7 %
Italie	507	541	607	608	19,9 %
Grande Bretagne	454	474	490	516	13,7 %

Source : Comité des Constructeurs Français d'Automobiles

L'étude du nombre moyen annuel de kilomètres parcourus par les Européens fait ressortir une augmentation comparable. Ainsi, les Français ont parcouru en moyenne 27,6 % de kilomètres supplémentaires en 1999 par rapport à 1990, les Belges 26,8 % et les Britanniques 13,7 %. (Source : International Road Traffic and Accident Database)

Le nombre de passagers dans les aéroports a également augmenté significativement. Selon Airports Council International (ACI), le nombre de passagers a augmenté à un taux annuel moyen de 4,6 % entre 1995 et 1999, pour atteindre environ 3 milliards de passagers en 1999. La croissance moyenne totale du nombre de passagers internationaux dans les 20 plus grands aéroports internationaux a été de 24 % entre 1995 et 1999 et, à l'aéroport de Roissy-Charles de Gaulle, le nombre de passagers a augmenté de 52 % au cours de la même période.

Le marché de la communication extérieure a également bénéficié de la fragmentation croissante du marché de la publicité intérieure, qui se caractérise par un nombre croissant de chaînes de télévision par satellite et par câble et de sites Internet, visant la même cible. Comme le montre le tableau suivant, le nombre de chaînes de télévision par câble, par satellite et par voie hertzienne a crû à un taux moyen annuel de 24,1 % en Europe entre 1991 et 2000.

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	TMC ⁽¹⁾
Nombre de chaînes	145	172	213	237	282	414	571	750	880	1 013	24,1 %

Source : Screen Digest, mars 2001

(1) Taux moyen de croissance par an

La communication extérieure bénéficie également d'un coût par contact significativement plus faible que celui des autres supports publicitaires. A titre d'exemple, pour 1000 euros dépensés en Grande Bretagne en 2000, la communication extérieure permettait 427 350 contacts adultes (source : Outdoor Advertising Association (OAA)) alors que la radio n'en permettait que 312 500 (source : Universal McCann Erickson) et la télévision hertzienne que 73 475 (source : Billett Consultancy/ITV Network Costs). Des innovations technologiques et qualitatives récentes dans les supports de communication extérieure, telles que les supports déroulants ou les écrans plasma, ont permis de renforcer la croissance.

4.1.2.2 Présentation de l'activité du Groupe

Présentation générale

Le Groupe est l'un des leaders du marché de la communication extérieure avec un chiffre d'affaires consolidé 2000 de 1 417 millions d'euros (9 295,9 millions de francs) et un résultat d'exploitation avant amortissements, provisions, intérêts et impôts (EBITDA) consolidé de 385,5 millions d'euros (2 528,8 millions de francs) en 2000. Au 31 mars 2001, le Groupe disposait de plus de 515 000 faces publicitaires et était présent dans 38 pays et dans plus de 3 000 villes de plus de 10 000 habitants. Au cours de l'exercice 2000, le Groupe a réalisé respectivement 41 % de son chiffre d'affaires consolidé en France, pourcentage qui a décliné ces dernières années au fur et à mesure du développement international du Groupe, 15 % en Grande-Bretagne, 28 % dans le reste de l'Europe, 8 % sur le continent américain et 8 % en Asie/Pacifique.

Le Groupe bénéficie d'une position de leader dans chacun de ses principaux segments de marchés avec notamment une première place mondiale sur le segment de la publicité sur mobilier urbain, une première place européenne sur le segment de l'affichage grand format (suite à la prise de participation récente du Groupe dans Gewista) et une première place mondiale sur le segment de la publicité dans les aéroports, à chaque fois en terme de nombre de faces publicitaires (Source: JCDecaux).

Le Groupe a été créé en 1964 à partir d'un concept innovant: fournir aux villes et aux collectivités locales des équipements de mobilier urbain en échange du droit d'exploitation des espaces publicitaires figurant sur certains de ces équipements. Cette activité a débuté avec la fourniture d'abribus, puis s'est étendue à une grande variété d'équipements urbains de grande qualité qui améliorent l'esthétique urbaine et diminuent l'encombrement dans les rues. Plus récemment, le Groupe a étendu son activité à deux nouveaux segments, l'affichage grand format et la publicité dans les transports, afin d'offrir une gamme publicitaire complète à ses clients dans le marché de la communication extérieure: le mobilier urbain, l'affichage grand format et la publicité dans les transports. Une importante étape de cette diversification a été franchie en juin 1999 avec l'acquisition du pôle de communication extérieure d'Havas, et notamment des sociétés d'affichage grand format Avenir et Mills & Allen, des sociétés de publicité dans les aéroports Sky Sites et AP Systèmes, ainsi que d'autres sociétés bénéficiant de positions avantageuses sur le marché de la communication extérieure. En 1999, le pôle Avenir a réalisé un chiffre d'affaires consolidé d'environ 582 millions d'euros (3,815 milliards de francs), soit 48 % du chiffre d'affaires consolidé pro forma du Groupe et disposait d'environ 163 000 faces publicitaires situées dans 15 pays. Grâce à cette acquisition, le Groupe est à même d'offrir une gamme complète et attrayante de services publicitaires à ses clients et de faire bénéficier ces nouvelles activités de la tradition et de l'expérience du Groupe en matière d'innovation, de qualité, d'esthétisme et d'entretien.

Lignes de produits du Groupe JCDecaux

Le Groupe dispose de trois principales lignes de produits, qui correspondent aux trois principaux segments du marché de la communication extérieure. Les principales lignes de produits du Groupe sont :

- Le mobilier urbain, qui représentait environ 51 % du chiffre d'affaires consolidé du Groupe en 2000 dont 6 % de ce chiffre d'affaires provenait de la commercialisation et de la location d'équipements de mobilier urbain sans espace publicitaire auprès de villes et de la fourniture de prestations rémunérées d'entretien et de maintenance d'équipements de mobilier urbain;
- L'affichage grand format, qui représentait environ 27 % du chiffre d'affaires consolidé du Groupe en 2000;
- La publicité dans les transports, qui représentait environ 22 % du chiffre d'affaires consolidé du Groupe en 2000.

Mobilier urbain

Le Groupe JCDecaux est le premier groupe mondial de publicité sur mobilier urbain en termes de nombre de faces publicitaires. Cette activité regroupe des concessions de mobilier urbain réparties dans 33 des 50 villes les plus peuplées d'Europe de l'Ouest. Le Groupe procède également au développement de son activité de mobilier urbain aux Etats-Unis (centres commerciaux), en Asie et en Amérique Latine. Au 31 mars 2001, le Groupe disposait de plus de 250 000 faces publicitaires dans 31 pays et dans 1 071 villes (dont 670 en France).

CHAPITRE 4

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

Le concept de mobilier urbain

Le concept de mobilier urbain a été élaboré et mis en œuvre par le Groupe en 1964, lorsque le Groupe a commencé à fournir des abribus en tant que service public en échange du droit d'exploitation de l'espace publicitaire figurant sur ces abribus. Le mobilier urbain est un support de communication extérieure particulièrement attractif dans la mesure où il permet d'installer des espaces publicitaires dans les centres-villes, zones où la publicité est généralement interdite ou très restreinte. La stratégie du Groupe dans les activités de mobilier urbain est la suivante:

- D'une part, le Groupe cherche à remporter les contrats de mobilier urbain les plus attrayants, dans les plus grandes et les plus prestigieuses villes du monde, en fournissant un large éventail d'équipements de service public permettant aux villes d'améliorer leurs problèmes d'aménagement urbain. Grâce à une gamme étendue de produits innovants et à un savoir-faire unique, le Groupe est capable de soumettre des offres compétitives en proposant des solutions adaptées aux besoins des collectivités locales.
- D'autre part, le Groupe cherche à s'approprier les meilleurs emplacements publicitaires dans chacune des villes où il est implanté. Ainsi, si le Groupe est flexible en ce qui concerne l'emplacement des équipements de mobilier urbain qui ne comportent pas d'espaces publicitaires, il joue un rôle actif dans la sélection des emplacements et le positionnement des mobiliers urbains comportant des panneaux publicitaires afin d'assurer un service privilégié à ses annonceurs.

Le Groupe estime que son expérience lui permet d'offrir des mobiliers urbains uniques et très appréciés par les annonceurs et les collectivités. Grâce à son savoir-faire et à son expérience, le Groupe est en mesure de:

- concevoir des produits de haute qualité afin de remporter des contrats attrayants tant pour les villes que pour les annonceurs ;
- déterminer le nombre de faces et le niveau des recettes publicitaires nécessaires au financement des besoins d'équipements publics d'une ville ;
- choisir des emplacements et des positionnements de faces qui maximisent l'impact de la publicité (par exemple, le Groupe dispose toutes ses faces publicitaires sur les abribus perpendiculairement à la route) et qui simplifient l'entretien et la pose des affiches ;
- offrir une combinaison d'équipements publicitaires et de services publics qui permettent d'améliorer l'environnement des villes dans lesquelles le Groupe intervient tout en optimisant les "opportunités de voir" des faces publicitaires.

Ligne de produits de mobilier urbain

- *Abribus.* Le Groupe fournit des abris aux arrêts d'autobus et/ou aux stations de tramways situés en zones urbaines. Ces abribus sont généralement pourvus, d'un espace publicitaire d'une surface de deux mètres carrés placé perpendiculairement à la route. Cet espace publicitaire est constitué de deux faces de deux mètres carrés que le Groupe commercialise. Les abribus de dernière génération peuvent être équipés d'un dispositif "Infobus", système qui fournit aux passagers, en temps réel, une information sur le temps d'attente des prochains autobus (soit sur des écrans situés sur les abribus ou sur des téléphones fixes ou portables). Le système "Infobus", déjà opérationnel dans cinq villes en France et en Belgique devrait être installé prochainement dans plusieurs autres villes. Les abribus peuvent également être équipés de panneaux solaires qui permettent de subvenir en partie à leurs besoins d'énergie.
- *Mobilier urbain pour information (MUPI).* Les mobiliers urbains pour information, dits "MUPI", sont des mobiliers double face d'une surface de deux mètres carrés situés perpendiculairement aux grands boulevards, dans les centres-villes et dans les zones piétonnes. Les panneaux ont généralement une face publicitaire, la deuxième face étant réservée aux informations municipales ou à un plan de ville ou de secteur. Le Groupe a récemment mis en place des MUPI à face déroulante qui permettent de commercialiser des espaces publicitaires multiples sur une structure unique.
- *Seniors.* Les seniors sont des mobiliers publicitaires grand format d'une surface de sept à neuf mètres carrés. Ils sont généralement situés sur des carrefours animés, et dans des endroits qui tolèrent de larges espaces publicitaires sans dénoter avec l'environnement urbain. Les seniors ont généralement une face

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

publicitaire, la deuxième face étant réservée aux informations municipales. Une majorité de seniors est équipée de faces déroulantes.

- *Colonnes.* Les colonnes sont habituellement situées sur les boulevards, les places et en centre-ville. Elles disposent de trois faces publicitaires de quatre mètres carrés chacune et supportent des affiches réservées, en France, à l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles. Les colonnes intégrant des services (téléphone, sanitaire automatique, borne télématique, récupérateur de verre) possèdent quant à elles deux faces publicitaires. Ces mobiliers peuvent être munis d'un dispositif de rotation pour faciliter la visibilité de l'information.
- *Autres équipements de mobilier urbain.* Le Groupe propose, en outre, toute une gamme de mobiliers pour l'aménagement de l'espace urbain tels que des kiosques à fleurs et à journaux, des sanitaires publics automatiques, des bornes de propreté, bancs, des mobiliers d'affichage administratif ou d'expression libre, des candélabres, des panneaux de signalisation et de jalonnement fixes ou dynamiques, des abris et box à vélos, des récupérateurs de verre, de pile ou de papier, des journaux électroniques d'information et des bornes interactives.

Les mobiliers urbains sont conçus pour améliorer la qualité de la vie dans les villes où le Groupe est présent. Tous les espaces publicitaires sont éclairés et sont recouverts d'une vitre qui facilite le nettoyage et réduit la vulnérabilité des affiches et facilite leur installation. Une grande part des mobiliers urbains du Groupe est conçue par des architectes et des designers internationalement reconnus, tels que Mario Bellini, Philip Cox, Peter Eisenman, Norman Foster, Christophe Pillet, Ligne Riveira, Philippe Starck, Martin Szekeley et Jean-Michel Wilmotte.

Le Groupe cherche à concevoir des mobiliers urbains multi-fonctionnels qui s'intègrent harmonieusement à l'environnement, afin de réduire l'encombrement urbain tout en proposant le meilleur niveau de service. Parmi les mobiliers urbains multi-fonctionnels figurent les abribus et les colonnes qui disposent de téléphones publics, de sanitaires publics automatiques, ou de points de vente de tickets de transport. Le Groupe s'efforce de répondre aux besoins des populations locales des villes dans lesquelles il est implanté. Ainsi, le Groupe a conçu et mis en place des sanitaires publics à accès universel à San Francisco et des vidéo-téléphones publics à Sydney.

L'une des forces du Groupe dans l'activité de mobilier urbain est la qualité de son service d'entretien et de maintenance, qu'il fournit de façon régulière dans le cadre des contrats de mobilier urbain. Au 31 décembre 2000, environ 70 % des 4 900 salariés de la branche mobilier urbain du Groupe étaient affectés à l'entretien et la maintenance des mobiliers urbains. Le Groupe conçoit et positionne ses mobiliers urbains de façon à faciliter leur entretien et exige que tous les salariés en charge de l'entretien suivent une formation rigoureuse dans le centre de formation afin de perpétuer la réputation d'exigence de JCDecaux en matière d'entretien de ses mobiliers.

Contrats de mobilier urbain

Les mobiliers urbains sont principalement installés dans les centres-villes et sur les axes où la circulation routière est importante. Le Groupe bénéficie, au titre des contrats du droit d'exploiter l'espace publicitaire des mobiliers urbains qu'il installe. Historiquement, la quasi-totalité des contrats de mobilier urbain était conclue avec des villes ou des autorités locales autorisant le Groupe à installer des équipements sur des terrains publics. Une petite partie des contrats de mobilier urbain est conclue avec des propriétaires privés. Aujourd'hui, le Groupe anticipe une augmentation du nombre de ces contrats privés en raison du développement de l'activité dans les centres commerciaux et dans d'autres installations privées.

Généralement, les contrats de mobilier urbain prévoient la fourniture par le Groupe d'équipements tels que des abribus, des bancs, des bornes de propreté, des panneaux de signalisation, des panneaux d'information électroniques et des candélabres ainsi que des espaces d'information du public et des plans de villes. En échange, le Groupe se voit confier un droit d'exploitation de l'espace publicitaire situé sur une partie des équipements installés. Environ 27 % des contrats de mobilier urbain (sur la base du chiffre d'affaires 2000) comportent une redevance, calculée en pourcentage des recettes publicitaires brutes, que le Groupe doit verser aux collectivités de l'ordre de 5 % ou plus du montant des recettes publicitaires brutes.

Le Groupe a récemment étendu son activité de mobilier urbain aux centres commerciaux dans plusieurs pays et notamment aux Etats-Unis. Le Groupe a initié cette stratégie en 1998, avec la signature de son premier contrat de

CHAPITRE 4

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

mobilier urbain aux Etats-Unis avec le groupe Simon, premier opérateur américain de centres commerciaux. Les contrats de concession dans les centres commerciaux prévoient généralement le paiement d'une redevance variable calculée sur la base des recettes publicitaires nettes (une minorité de contrats prévoit également le paiement d'un loyer minimum). Ces redevances sont généralement compensées par l'absence de fourniture d'équipements non-publicitaires. Par ailleurs, les charges d'entretien sont significativement moins élevées pour les mobiliers urbains installés dans les centres commerciaux que pour les mobiliers urbains installés sur les voies publiques.

Les contrats de mobilier urbain ont une durée de huit à 25 ans, de nombreux contrats de longue durée étant relatifs aux nouveaux marchés de mobiliers urbains. En France, berceau d'activité historique du Groupe et pays où le Groupe dispose de la majorité de ses contrats de mobilier urbain, la durée des contrats est généralement de 10 à 15 ans.

Globalement, les contrats de mobilier urbain ont une durée de vie moyenne résiduelle de 10 ans et demi (pondéré par le chiffre d'affaires 2000 ajusté afin de tenir compte du chiffre d'affaires prévisionnel généré par les nouveaux contrats de mobilier urbain de Salvador de Bahia, Glasgow et Singapour et les contrats de concession dans les centres commerciaux aux Etats-Unis). Toutefois, en France, la durée de vie moyenne résiduelle est d'environ six ans (pondérée par le chiffre d'affaires 2000). Entre aujourd'hui et l'année 2004, environ 12,7 % des contrats de mobilier urbain du Groupe (pondérés par le chiffre d'affaires 2000 de l'activité mobilier urbain) arriveront à terme et devront être renouvelés.

Traditionnellement, le Groupe a réussi à renouveler ses contrats de concession dans le cadre des procédures d'appel d'offres. En France, le Groupe a remporté environ 81 % des appels d'offres lancés durant les deux dernières années dans le cadre de renouvellement de contrats dont il était titulaire. Enfin, au cours des deux dernières années, le Groupe a remporté environ 70 % des appels d'offres auxquels il a postulé dans le monde. Environ 55 % du chiffre d'affaires total (sur la base du chiffre d'affaires 2000) du Groupe lié au mobilier urbain provient de contrats qui viennent à échéance après 2010 (y compris Paris).

Répartition géographique

Au 31 mars 2001, le Groupe disposait de 1 359 contrats de mobilier urbain totalisant plus de 250 000 faces publicitaires dans le monde. La grande majorité de l'activité mobilier urbain du Groupe est concentrée en Europe, et en particulier en France, où le Groupe dispose de concessions de mobilier urbain dans plus de 670 villes et collectivités territoriales, notamment à Paris, Lyon, Marseille, Aix-en-Provence, Lille, Bordeaux, Toulouse, Nice, Toulon et Grenoble, soit dans les agglomérations françaises parmi les plus importantes en terme de population. Toutefois, en raison de la croissance internationale du Groupe de ces dernières années, la part représentée par la France dans le chiffre d'affaires lié au mobilier urbain s'est réduite pour atteindre environ 47 % de ce chiffre d'affaires. Le tableau suivant fournit des informations sur la répartition géographique des faces d'affichage grand format sur mobilier urbain du Groupe en Europe de l'Ouest :

Pays	Nombre de faces publicitaires au 31 mars 2001
France.	86 079
Royaume Uni	12 123
Reste de l'Europe ⁽¹⁾	131 297
Total Europe	229 499

(1) Incluant l'Allemagne, les Pays-Bas, la Belgique, l'Espagne, le Portugal, la Suède, la Norvège, la Finlande, le Danemark, l'Autriche, la Croatie, la République Tchèque et la Slovaquie. Parmi ces pays, la majorité des faces se situent en Allemagne, aux Pays-Bas, en Belgique, en Suède et en Finlande.

L'une des forces du Groupe est sa présence dans certaines des plus importantes villes d'Europe de l'Ouest, et notamment dans 33 des 50 villes les plus peuplées de cette région. Le Groupe dispose dans ces villes d'environ 60 % du total des faces publicitaires figurant sur des équipements de mobiliers urbains. Dans de nombreux pays où il opère, le Groupe estime que le fait d'avoir des contrats de mobilier urbain dans les villes-clés est essentiel afin de pouvoir offrir un réseau national aux annonceurs. Le Groupe estime également que son réseau dans les plus grandes villes européennes lui permettra de proposer des gammes de produits paneuropéens attrayants, une possibilité qui est devenue d'une importance croissante pour les annonceurs multi-nationaux.

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

Le tableau suivant illustre la présence du Groupe dans les 50 villes d'Europe de l'Ouest les plus peuplées :

Ville	Pays	Population (en millions)	Principal Opérateur de mobilier urbain	
Londres	Royaume Uni	7,19	JCDecaux	Clear Channel (Adshel)
Berlin	Allemagne	3,43		Wall
Madrid	Espagne	2,88	JCDecaux	Cemusa
Rome	Italie	2,65		Clear Channel (Jolly)
Paris	France	2,12	JCDecaux	
Hambourg	Allemagne	1,71	JCDecaux	DSM
Vienne	Autriche	1,61	JCDecaux ⁽¹⁾	
Barcelone	Espagne	1,51	JCDecaux	Cemusa
Milan	Italie	1,31		IGP
Munich	Allemagne	1,21	JCDecaux	
Naples	Italie	1,02		IGP
Birmingham	Royaume Uni	1,01	JCDecaux	Clear Channel (Adshel)
Cologne	Allemagne	0,96	JCDecaux	
Bruxelles	Belgique	0,95	JCDecaux	Stroer
Turin	Italie	0,91	JCDecaux	
Marseille	France	0,80	JCDecaux	
Athènes	Grèce	0,77		Alma
Valence	Espagne	0,74	JCDecaux	Cemusa
Stockholm	Suède	0,74	JCDecaux	Clear Channel (Adshel)
Leeds	Royaume Uni	0,73		Clear Channel (Adshel)
Amsterdam	Pays-Bas	0,72	JCDecaux	
Séville	Espagne	0,70	JCDecaux ⁽²⁾	
Palerme	Italie	0,69		Aucun
Lisbonne	Portugal	0,65	JCDecaux	Cemusa
Francfort	Allemagne	0,64		DSM
Gènes	Italie	0,64		Cemusa
Glasgow	Royaume Uni	0,62	JCDecaux	
Essen	Allemagne	0,61		DSM
Saragosse	Espagne	0,60	JCDecaux	
Dortmund	Allemagne	0,59		Wall/Ruhfus
Rotterdam	Pays-Bas	0,59		TDI
Stuttgart	Allemagne	0,59	JCDecaux	
Düsseldorf	Allemagne	0,57	JCDecaux	Wall
Helsinki	Finlande	0,55	JCDecaux	
Malaga	Espagne	0,55		Cemusa
Brême	Allemagne	0,55	JCDecaux	DSM
Duisburg	Allemagne	0,53		DSM
Hanovre	Allemagne	0,52		DSM
Oslo	Norvège	0,50	JCDecaux	
Copenhague	Danemark	0,49	JCDecaux	
Nüremberg	Allemagne	0,49	JCDecaux	
Dublin	Irlande	0,48		Clear Channel (Adshel)
Liverpool	Royaume Uni	0,48		Clear Channel (Adshel)
Göteborg	Suède	0,46	JCDecaux	
Dresde	Allemagne	0,46	JCDecaux	Stroer
Anvers	Belgique	0,46	JCDecaux	
Leipzig	Allemagne	0,45	JCDecaux	
Lyon	France	0,45	JCDecaux	
La Haye	Pays-Bas	0,44	JCDecaux	
Sheffield	Royaume Uni	0,43	JCDecaux	Clear Channel (Adshel)

Source : Rapports statistiques gouvernementaux, et T. Brinkhof: The principal agglomerations of the World (31 décembre 2000 <http://citypopulation.de>).

(1) Le Groupe est présent à Vienne par l'intermédiaire de Gewista dont le Groupe détient indirectement 67 % du capital.

(2) Le Groupe est présent à Séville par l'intermédiaire de Planigrama dont le Groupe détient 49 % du capital.

Les contrats dans ces villes représentent environ 40 % du chiffre d'affaires 2000 lié au mobilier urbain du Groupe en Europe, ces contrats ayant une durée de vie résiduelle moyenne de 10 ans et demi (pondérée par le chiffre d'affaires 2000).

CHAPITRE 4

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

Afin de renforcer sa position à l'international, le Groupe a développé son activité mobilier urbain à l'étranger. Le Groupe considère qu'un nombre important de nouvelles concessions devraient faire l'objet d'appels d'offres dans les prochaines années, notamment les villes de New York et de Londres. Les Etats-Unis, où le Groupe a remporté son premier contrat de mobilier urbain à San Francisco en 1994, constituent le principal axe de développement du Groupe.

Une des clés de l'expansion du Groupe aux Etats-Unis réside dans l'installation de mobiliers urbains dans les centres commerciaux. Le Groupe considère les centres commerciaux comme le "centre ville" américain, offrant des opportunités similaires aux centres villes traditionnels européens pour ses équipements. Les centres commerciaux ont l'avantage d'avoir un but commercial, offrant aux annonceurs la possibilité de placer leurs campagnes publicitaires à proximité des points de vente. Les contrats de concession dans les centres commerciaux ont été conclus avec certains des plus prestigieux centres commerciaux américains tels que Roosevelt Field (New York), *The Mall* à Short Hills (New Jersey), *Water Tower Place* à Chicago (Illinois) et *Century City* et *Beverly Center* à Los Angeles (Californie).

Au 31 décembre 2000, le Groupe avait ainsi signé des accords-cadres avec plusieurs gestionnaires prévoyant la fourniture de mobiliers urbains pour 230 centres commerciaux, un bon nombre d'entre eux étant situés dans des métropoles importantes. Aux termes de ces accords-cadres le cocontractant doit s'assurer que chaque centre commercial signe un contrat individuel avec le Groupe. Lorsque ces gestionnaires ne disposent pas du contrôle d'un centre commercial, mais seulement d'une participation, ils se sont engagés à négocier de bonne foi pour qu'un tel contrat individuel soit signé. Au 31 décembre 2000, 161 de ces centres commerciaux avaient conclu ou devaient signer un tel contrat aux termes de l'engagement du gestionnaire. A ce jour, des équipements de mobilier urbain ont été installés dans plus de 86 centres commerciaux.

Le Groupe a également commencé à introduire avec succès, dans d'autres pays, le concept de mobilier urbain à l'intérieur des centres commerciaux. A ce jour, le Groupe dispose d'équipements de mobilier urbain dans plus de 200 centres commerciaux répartis dans six pays d'Europe et anticipe d'étendre ce concept au marché asiatique.

En matière de mobilier urbain, le Groupe développe également ses activités en Asie et en Amérique Latine, où il estime qu'il existe un potentiel de croissance important pour cette activité. Le Groupe conduit actuellement de telles activités en Australie, en Thaïlande et à Singapour. En Amérique latine, où le concept de mobilier urbain demeure relativement nouveau, le Groupe entend se concentrer sur les principales capitales. Ainsi, le Groupe a récemment remporté des contrats de concession significatifs au Brésil (Salvador de Bahia), en Uruguay (Montevideo) et en Argentine (centres commerciaux et stations services à Buenos Aires).

Marketing et ventes

Le Groupe commercialise ses mobiliers urbains en tant que supports d'espaces publicitaires haut de gamme. Il utilise des bases de données sophistiquées qui permettent d'analyser les caractéristiques socio-démographiques des emplacements où il dispose de mobiliers urbains. Ces outils lui permettent d'offrir aux annonceurs une audience à la fois large et ciblée.

Le Groupe dispose en outre d'un système de simulation qui permet d'assister les annonceurs dans la conception de leurs campagnes publicitaires. Ce système leur permet de visualiser, sur une carte informatisée, les emplacements sur lesquels figureront leurs affiches plusieurs mois avant le début de la campagne publicitaire et ainsi de modifier cette campagne afin de maximiser son efficacité.

Le Groupe commercialise des campagnes publicitaires de courte durée (sept jours), un concept dont il est à l'origine, afin de permettre aux annonceurs de maximiser leur couverture publicitaire sur une période et dans un espace donnés. La campagne de sept jours est essentiellement un moyen pour le Groupe de multiplier le nombre de faces à la disposition des annonceurs au début de chaque semaine (jusqu'à un tiers du réseau en France) afin de maximiser l'impact d'une campagne publicitaire. Le Groupe réussit ainsi à maintenir des taux d'occupation élevés sur ses mobiliers urbains, en moyenne supérieurs à 88 % sur son réseau en 2000.

Tous les espaces publicitaires sont commercialisés par les propres forces de vente du Groupe auprès d'agences de publicité ou de communication. Habituellement, les contrats avec les annonceurs sont irrévocables et sont conclus au moins six mois avant le début de la campagne envisagée. Les tarifs sont indiqués dans des grilles tarifaires standards et le Groupe n'a pas pour politique de concéder de remises ou de ristournes sur ces tarifs. Les

tarifs applicables varient selon la taille de la ville, l'emplacement de la face publicitaire, la période de l'année et les événements particuliers, tels que les Jeux Olympiques.

Affichage grand format

Le Groupe JCDecaux est le premier groupe européen de publicité par affichage grand format en terme de nombre de faces. Le Groupe dispose de plus de 184 000 faces publicitaires dans 23 pays européens depuis sa récente prise de participation dans Gewista. Les panneaux d'affichage grand format du Groupe sont essentiellement situés sur les principaux axes de circulation et permettent aux annonceurs du Groupe de toucher de larges publics. Le réseau du Groupe comprend les meilleurs emplacements dans des villes importantes telles que Paris, Bruxelles, Londres et Madrid, ainsi qu'une large couverture territoriale dans chaque pays. Le Groupe est principalement présent en Europe continentale grâce à Avenir et au Royaume-Uni grâce à Mills & Allen (dont le réseau est commercialisé sous la marque JCDecaux depuis le 1^{er} avril 2001).

Les activités d'affichage grand format du Groupe incluent également la création et l'installation de publicités lumineuses. Le Groupe dispose ainsi de 153 installations réparties dans douze pays.

Le réseau de panneaux d'affichage grand format du Groupe permet d'offrir aux annonceurs une large gamme de produits. Cette gamme rassemble aussi bien des produits offrant une couverture géographique importante, ce qui permet aux annonceurs de toucher un large public, que des produits spécifiques visant des publics particuliers selon des critères économiques, démographiques ou sociaux précis (voir ci-dessous "*Marketing*").

La taille et le format des supports d'affichage grand format du Groupe varient selon les réseaux, principalement en raison des réglementations locales. Toutefois, dans toutes les régions, les supports d'affichages et les publicités lumineuses du Groupe se caractérisent par des normes élevées de qualité et de visibilité, éléments indispensables pour capter l'audience visée par ses annonceurs. Les supports d'affichage haut de gamme du Groupe sont éclairés, ce qui permet, selon le Groupe, d'accroître leur audience de jusqu'à 40 %. En France, environ 23 % des supports d'affichages sont éclairés et le Groupe envisage d'accroître sensiblement le parc de panneaux éclairés jusqu'en 2005.

La plupart des nouveaux supports d'affichage du Groupe utilise des concepts qui ont fait le succès du mobilier urbain, tels que le rétro-éclairage et les affiches déroulantes, deux attributs que le Groupe souhaite développer de plus en plus dans sa gamme de panneaux d'affichage grand format. Le rétro-éclairage permet aux supports d'affichage du Groupe de se détacher de leur environnement et assure une meilleure présentation visuelle que celle de l'éclairage standard grâce à la source de lumière au néon située à l'intérieur du panneau d'affichage. La technique des affiches déroulantes constitue la dernière technologie pour les panneaux multi-faces et tend à remplacer progressivement la technologie classique constituée par les panneaux dits "trivision" qui sont formés de tubes triangulaires sur lesquels sont apposées les affiches. Au cours de l'été 2000, le Groupe a introduit une nouvelle génération de panneaux déroulants d'une surface de 12 et 18 mètres carrés, destinée à devenir la nouvelle norme en matière d'affichage grand format. Les panneaux à affiches déroulantes permettent également un usage multiple des structures d'affichage à un coût moins élevé que les panneaux trivision. Les supports à affiches déroulantes sont également équipés de dispositifs d'entretien et de contrôle à distance qui permettent aux équipes de maintenance d'intervenir rapidement ou de modifier les affiches publicitaires sans se déplacer sur le site.

L'utilisation de panneaux trivision ou à affiches déroulantes accroît le nombre de faces par supports qui peuvent être commercialisées et crée de nouvelles opportunités de marketing telles que le temps partagé. Les supports à affiches déroulantes permettent également au Groupe de respecter les réglementations de certains pays relatives au nombre et au type des supports d'affichage qui peuvent être érigés sur une zone donnée, car elles lui permettent d'accroître le nombre de faces publicitaires sans accroître le nombre de ses panneaux. (Voir paragraphe 4.7 Réglementation.)

CHAPITRE 4

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

Location des emplacements

Le Groupe loue les sites de ses panneaux d'affichage grand format principalement auprès de propriétaires de terrains privés et, dans une moindre mesure, auprès des collectivités locales et des opérateurs de chemins de fer. En Grande-Bretagne, le Groupe est propriétaire d'un certain nombre de terrains sur lesquels il installe ses équipements d'affichage grand format. En ce qui concerne les terrains privés, le Groupe conclut habituellement des contrats de courte durée (généralement six ans) portant sur un ou plusieurs sites et verse les loyers directement aux propriétaires des terrains. Le Groupe a conclu quelques contrats importants avec des universités ou encore avec des sociétés immobilières. La durée de vie des contrats varie considérablement à travers le réseau, souvent en raison des particularités locales, mais ils sont généralement de courte durée et incluent souvent des clauses de renouvellement tacite. Les collectivités locales et les opérateurs de chemins de fer concèdent habituellement certains droits d'exploitation d'espaces publicitaires, accordant au Groupe le droit d'installer des panneaux publicitaires sur leur domaine pour une période déterminée.

Répartition géographique

Le Groupe possède plus de 184 000 faces publicitaires réparties dans 23 pays européens. La majorité de ces panneaux sont situés sur les axes importants des grandes villes et de leurs agglomérations. La grande majorité de ces panneaux est située en France, où le Groupe possédait 55 098 faces d'affichage grand format au 31 mars 2001. La ville la plus importante en terme d'activité est Paris, avec 1 605 faces publicitaires au 31 décembre 2000, soit 34 % de l'affichage grand format total de cette ville. Le tableau suivant fournit des informations sur la répartition géographique des faces d'affichage grand format du Groupe :

Pays	Nombre de faces d'affichage au 31 mars 2001
France	55 098
Royaume-Uni	13 002
Reste de l'Europe ⁽¹⁾	116 125
Total Europe	184 225

(1) Incluant l'Allemagne, 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 Yougoslavie, la Croatie, la Slovénie, la République Tchèque, la Hongrie, la Pologne et la Slovaquie. La majorité des faces publicitaires sont situées en Autriche, en Belgique, en Espagne, au Portugal, en Italie, en République Tchèque et en Hongrie.

Les activités de publicité lumineuse sont principalement situées en France, qui représente environ 42 % des ventes totales de publicités lumineuses en 2000. La ville de Paris constitue le noyau des activités de publicité lumineuse du Groupe, avec environ 91 % du chiffre d'affaires lié à l'activité de publicité lumineuse réalisé en France. Le Groupe a également largement développé cette activité dans d'autres pays, particulièrement en Espagne, en Pologne et en Belgique.

Marketing

Le Groupe s'adapte aux divers besoins des annonceurs en proposant des gammes de produits destinés à leur permettre de toucher leur audience cible, et en leur offrant des panneaux bien situés et de haute qualité. Les clients du Groupe sont des annonceurs nationaux et locaux qui s'adressent à un public large ou ciblé. Le Groupe entretient également des relations étroites avec les agences d'achat d'espaces et les agences de publicité qui servent d'intermédiaires entre le Groupe et ses annonceurs.

Une grande partie de l'activité du Groupe provient de campagnes publicitaires de courte conservation d'une durée de sept à 15 jours, à l'exception de certains pays comme la France où les campagnes de longue conservation, d'une durée comprise entre un et trois ans, représentent une part significative du chiffre d'affaires. Les campagnes de longue conservation ont généralement pour but d'indiquer la présence géographique d'un annonceur particulier ou de promouvoir son image.

Le Groupe a la capacité de lancer une campagne sur tout le territoire français avec un préavis de 24 heures.

A la différence de la publicité sur les équipements de mobilier urbain, des remises sont parfois consenties sur les prix catalogue du Groupe, conformément à la pratique du marché.

Chaque gamme de produits est conçue grâce à l'utilisation de mesures d'audience que le Groupe a contribué à développer. Ces mesures et analyses d'audience sont notamment fournies par Affimétrie en France, POSTAR au Royaume-Uni, GEOMEX en Espagne et SUMMO aux Pays Bas, selon des techniques similaires à celles disponibles pour d'autres médias comme la radio et la télévision. Ces outils sont complétés par Geo-Logic, un outil d'analyse de marché dont le Groupe détient les droits et qui permet d'étudier les caractéristiques socio-démographiques des zones où ses équipements sont installés. Le Groupe aide ensuite ses clients à adapter leurs campagnes publicitaires aux caractéristiques du public qu'ils cherchent à toucher telles que leur situation socio-économique, leurs préférences dans une zone ou une période données et la proximité des panneaux d'affichages avec des magasins de détail. Cette analyse statistique permet également au Groupe d'optimiser son réseau et de choisir au mieux de nouveaux emplacements.

Grâce à l'utilisation de ces études de marché sur le public qui entre en contact visuel avec ses panneaux, le Groupe a développé une variété de gammes de campagnes publicitaires de courte conservation destinées à répondre aux besoins et aux objectifs de ses annonceurs. Les annonceurs peuvent ainsi acheter des espaces publicitaires qui leur fournissent une couverture régionale homogène, une couverture destinée à une ville-clé ou une couverture nationale selon la densité de la population. D'autres gammes ne proposent que des panneaux d'affichage rétro-éclairés qui sont disposés perpendiculairement par rapport au public visé et garantissent un niveau minimum d'audience ou qui sont concentrés sur des emplacements particuliers tels que des commerces ou des stations de métro.

Le temps partagé est l'exemple le plus récent de la manière dont l'utilisation du géo-marketing et du réseau optimisé du Groupe peuvent fonctionner ensemble afin de mieux servir les besoins des annonceurs. Grâce au développement des panneaux à affiches déroulantes et à la technologie de maintenance à distance, le Groupe peut maintenant gérer de manière très précise l'affiche publicitaire qui apparaît sur un panneau donné à un moment donné. Sur la base des mesures de l'audience susceptible de visualiser les panneaux d'affichage déroulants au cours d'une journée, le Groupe peut dorénavant proposer à ses annonceurs la possibilité de cibler un public potentiel au moment où ce public est susceptible de visualiser une affiche publicitaire donnée. Ainsi, sur le périphérique Parisien, le Groupe commercialise des réseaux vendus en trois tranches horaires (matinée, journée, soirée).

Publicité dans les transports

L'activité de publicité dans les transports inclut la publicité dans les principaux aéroports du monde, des concessions publicitaires dans huit métros et systèmes de transit et des concessions publicitaires dans le terminal de l'Eurostar ainsi que dans le terminal du tunnel sous la Manche. Au 31 mars 2001, le Groupe disposait ainsi de plus de 81 000 faces publicitaires réparties dans 14 pays.

CHAPITRE 4

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

Publicité dans les aéroports

Bien qu'il soit difficile d'obtenir des informations fiables sur le segment de la publicité dans les aéroports, le Groupe estime qu'il a réalisé environ 35 % du chiffre d'affaires mondial de ce secteur en 2000 et qu'il est le premier opérateur mondial de publicité dans les aéroports. Le Groupe est titulaire de 140 concessions sur les plus importants marchés de publicité dans les aéroports, notamment dans des aéroports-clés tels que Roissy-Charles de Gaulle et Orly à Paris, Heathrow et Gatwick à Londres et JFK et La Guardia à New York. Le Groupe a également récemment développé cette activité grâce à un partenariat avec l'aéroport de Francfort. Le tableau suivant illustre la présence du Groupe dans les 10 principaux aéroports en termes de volume de passagers internationaux en 1999 :

Ville	Volume de Passagers en 1999 (en millions)	Titulaire de Concession
Londres	109	JCDecaux
New York	91	JCDecaux
Chicago	86	Clear Channel (TMI)
Tokyo	80	Société locale
Atlanta	78	Clear Channel (TMI)
Paris	70	JCDecaux
Dallas	67	Clear Channel (TMI)/JCDecaux
Los Angeles	64	Aucune publicité
Francfort	46	Régie interne avec JCDecaux ⁽¹⁾
Houston	42	JCDecaux

Source : ACI Traffic Data

(1) Le Groupe dispose d'une participation de 39 % dans une société commune, avec l'aéroport de Francfort, qui gère la publicité dans cet aéroport.

Dans l'attribution des concessions de publicité dans les aéroports, le Groupe cible les principaux aéroports internationaux qui attirent les grands annonceurs internationaux. Compte tenu de son expérience dans les aéroports sous contrat, des synergies entre l'activité de mobilier urbain et la publicité dans l'aéroport, et confiant dans les réactions du marché après le succès du Groupe à Arlanda en Suède, le Groupe vise désormais les aéroports qui commercialisent eux-mêmes leurs espaces publicitaires (Charlotte (USA), Amsterdam, Munich, Vienne et Berlin), les aéroports sans publicité (Los Angeles) ainsi que les aéroports dont les concessions arrivent prochainement à échéance (Minneapolis et Detroit).

Le public fréquentant les aéroports internationaux est particulièrement recherché par les annonceurs car il est généralement composé d'une grande proportion d'hommes et de femmes d'affaires, passant une partie significative de leur temps en attente d'un vol ou de la livraison de leurs bagages et qui sont difficiles à atteindre par le biais d'autres médias. Ce public est relativement captif des messages publicitaires des annonceurs. La publicité dans les aéroports est l'un des rares moyens dont disposent les annonceurs pour capter ce type de public ; de plus, le trafic passagers a progressé au taux moyen annuel de 5 % entre 1995 et 1999.

Le Groupe cherche à obtenir des autorités qui exploitent les aéroports des concessions exclusives d'exploitation des espaces publicitaires accordées par les sociétés gérantes des aéroports, la plupart du temps, publiques. Ces concessions, soumises à des procédures d'appel d'offres, sont généralement octroyées pour une durée de cinq à dix ans.

A la fin de 2000, la durée moyenne résiduelle des concessions du Groupe dans les aéroports était d'environ quatre ans (pondérée par le chiffre d'affaires 2000) et la plupart des contrats du Groupe incluait des clauses d'exclusivité.

Les investissements en immobilisations et les dépenses d'entretien du Groupe étant généralement largement inférieurs à ceux des contrats de mobilier urbain, le Groupe reverse un pourcentage de ses recettes publicitaires aux concédants au titre des contrats de concession. Dans certains cas, le Groupe fournit des équipements tels que des plans d'aéroports et des bornes d'information.

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

Le Groupe conçoit et positionne ses équipements afin de les intégrer au mieux dans l'architecture des terminaux d'aéroports et de fournir aux annonceurs la meilleure exposition et le meilleur impact sur le public visé. La gamme de produits du Groupe comprend des panneaux muraux, des dioramas, des panneaux individuels, des stands de présentation de voitures, des panneaux sur les chariots à bagages et des centres d'appels téléphoniques gratuits. Ces équipements sont situés aux points de convergence des passagers, tels que les zones d'enregistrement, les salles d'attente, les portes d'embarquement, les couloirs d'accès et les zones de livraison des bagages.

Le Groupe développe également des bornes d'information à reconnaissance vocale, des écrans plasma permettant la diffusion de films d'animation publicitaire et des kiosques interactifs qui permettent la diffusion de publicités en ligne. Ces supports permettent aux annonceurs de capter leur audience cible à proximité des points de vente.

Le Groupe conçoit également des supports publicitaires sur mesure, tels que des reproductions géantes de produits, conçues pour avoir un impact maximum sur le trafic automobile entrant ou sortant de l'aéroport et des bâches publicitaires recouvrant des immeubles. En outre, à l'extérieur de certains terminaux d'aéroports, le Groupe dispose de faces publicitaires sur des panneaux déroulants sur les abribus ou sur les barrières des parkings.

Le Groupe commercialise des gammes de produits publicitaires par aéroport ainsi que des gammes de produits qui permettent aux annonceurs internationaux d'afficher leurs publicités dans plusieurs aéroports dans le monde. Le Groupe commercialise également une gamme de produits permettant aux annonceurs de capter un public particulier et notamment de cibler les passagers de première classe, les passagers des vols intérieurs ou les passagers internationaux. Le Groupe a été le premier opérateur de publicité dans les aéroports à développer un système de mesure de l'audience, dénommé RADAR, qu'il utilise pour répertorier les emplacements des faces publicitaires selon leur proximité avec les points de vente et déterminer les caractéristiques socio-démographiques du public potentiel. La majorité des campagnes publicitaires commercialisées par le Groupe dans les aéroports sont de longue conservation et plus de 66 % de son chiffre d'affaires publicitaire en 2000 a été réalisé sur des campagnes de six mois ou plus.

Le Groupe est titulaire de concessions publicitaires dans des aéroports réparties dans huit pays. Le tableau suivant analyse ses concessions publicitaires dans les aéroports par région géographique au 31 mars 2001 :

Pays/Région	Nombre d'Aéroports	Nombre de Faces Publicitaires
France	45	4 347
Royaume-Uni	8	2 370
Reste de l'Europe ⁽¹⁾	34	1 974
Amérique ⁽²⁾	52	7 838
Asie/Pacifique ⁽³⁾	1	426
Total	140	16 955

(1) A ce jour toutes les concessions aéroportuaires sont situées en Espagne, en Allemagne, en Pologne, au Portugal, et en Suède.

(2) Toutes les concessions aéroportuaires du Groupe sont situées aux Etats-Unis.

(3) Le Groupe dispose de la concession de l'aéroport de Hong Kong.

Publicité dans les métros et autres systèmes de transit

Le Groupe est titulaire de concessions publicitaires pour les métros de Hong-Kong, Singapour, Barcelone, Vienne et Bilbao, ainsi que Rome dont la concession a récemment été de nouveau accordée au Groupe pour une période supplémentaire de cinq ans suite à un appel d'offres. Le contrat du métro de Hong-Kong est l'un des plus importants au monde et le Groupe estime qu'il représente une base solide pour le développement de son activité de publicité dans le métro en Asie. Le Groupe est également titulaire de concessions publicitaires des lignes de train express de desserte des aéroports à Londres et Hong-Kong, une activité que le Groupe estime à fort potentiel

CHAPITRE 4

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

de croissance. En 2001, le groupe a également remporté des contrats de concession publicitaire en Australie, pour le bus à Adelaïde, pour le tramway et le train à Melbourne. (Voir paragraphe 7.1 Evolution récente).

Le public des métros est comparable à celui de l'affichage grand format et du mobilier urbain. Afin de capter son attention, le Groupe utilise la même technique d'analyse de géo-marketing qui a été un succès dans les autres activités du Groupe. Les gammes de produits sont destinées à cibler des publics spécifiques à différentes heures de la journée. Le Groupe place ses faces publicitaires dans des emplacements où le trafic passager est important, ou qui sont facilement visibles pour les passagers attendant ou voyageant dans les trains. En outre, le Groupe entretient scrupuleusement ses équipements.

La durée initiale des contrats du Groupe relatifs aux métros se situe généralement entre trois et sept ans et la durée moyenne résiduelle des contrats du Groupe, au 31 décembre 2000, était de trois ans et demi (pondérée par le chiffre d'affaires 2000). Les montants des investissements initiaux et de l'entretien des concessions pour les métros étant généralement inférieurs à ceux des contrats de mobilier urbain, le Groupe verse aux concédants un pourcentage de son chiffre d'affaires publicitaire.

Le Groupe est également titulaire des concessions publicitaires du terminal de l'Eurostar à Londres ainsi que de la concession du tunnel sous la Manche. Détenant également les concessions dans les aéroports de Londres, le Groupe offre à ses annonceurs l'opportunité de monter des campagnes publicitaires susceptibles d'être vues par environ 75 % des voyageurs pénétrant ou quittant le Royaume-Uni. Le Groupe estime ainsi disposer de gammes attrayantes aux annonceurs visant ce public.

Ventes et locations de mobilier urbain et services liés

Bien que la principale activité du Groupe soit la mise à disposition gratuite d'équipements de mobilier urbain en échange d'un droit d'exploitation de l'espace publicitaire y afférent, le Groupe vend et loue également du mobilier urbain sans autre contrepartie aux collectivités locales et fournit des services d'entretien à ces collectivités moyennant le paiement d'un prix ou d'un loyer, principalement en France et au Royaume-Uni.

En 2000, les ventes et locations de mobilier urbain ont représenté environ 6 % du chiffre d'affaires pro forma du Groupe et les services d'entretien de mobiliers urbains et de panneaux d'affichage ont représenté environ 2 % de son chiffre d'affaires consolidé. Le Groupe rattache cette activité au segment du mobilier urbain.

Les Annonceurs du Groupe

Les annonceurs du Groupe sont les principaux groupes de produits de luxe (L'Oréal, LVMH et Chanel), les constructeurs automobiles (Renault/Nissan, Peugeot, Ford), les lessiviers (Unilever, Procter & Gamble), les sociétés agro-alimentaires et les distributeurs (Nestlé, Danone, Mulliez/Auchan, Kingfisher, H&M) et les entreprises de télécommunication (France Télécom/Orange, Bouygues Télécom, Vodaphone, Nokia). Aucun annonceur seul n'a représenté plus de 1,5 % du chiffre d'affaires total du Groupe en 2000.

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

Le tableau suivant illustre le chiffre d'affaires et le pourcentage du total du chiffre d'affaires réalisé avec les dix premiers annonceurs du Groupe.

Nom	Chiffre d'affaires 2000 (en millions d'euros)	Pourcentage du chiffre d'affaires 2000
Nestlé	16,8	1,3 %
Unilever.	14,1	1,1 %
Danone	13,6	1,0 %
Renault/Nissan	13,5	1,0 %
L'Oréal	13,3	1,0 %
Peugeot	12,0	0,9 %
Ford Motors	11,6	0,9 %
France Télécom / Orange.	10,9	0,9 %
Diageo / UDV	9,8	0,8 %
Mulliez / Auchan	9,5	0,7 %
Total	125,0	9,6 %

La majorité du chiffre d'affaires publicitaire du Groupe provient du secteur des loisirs, du secteur de la télécommunication et de la technologie, du secteur agro-alimentaire et de la grande distribution et du secteur des produits de luxe et de beauté. Le tableau suivant illustre la répartition du chiffre d'affaires publicitaire du Groupe par secteurs en 2000 :

Secteur	Pourcentage du chiffre d'affaires
Loisirs.	13,6 %
Télécommunication/technologie	9,4 %
Agro-alimentaire.	8,6 %
Produits de luxe et de beauté	8,0 %
Automobile.	7,2 %
Finance	7,2 %
Grande distribution	6,6 %
Services.	6,4 %
Mode	6,3 %
Voyage	5,8 %
Internet	5,1 %
Divers (incluant restauration)	3,5 %
Alcools/spiritueux	3,5 %
Bière	2,5 %
Produits du tabac	2,4 %
Autre	3,9 %
Total	100 %

En 2000, la publicité pour les alcools a représenté 6,0 % du chiffre d'affaires global du Groupe (dont 2,5 % provenant des publicités pour la bière) et la publicité pour le tabac a représenté 2,4 %. En raison du nombre croissant de pays interdisant la publicité pour le tabac sur des supports extérieurs, ce montant devrait baisser dans le futur (Voir paragraphe 4.7 Réglementation). La publicité pour les sociétés de l'Internet et pour les services par Internet a représenté 5,1 % du chiffre d'affaires global du Groupe en 2000, dont environ 2,3 % est constitué par des campagnes publicitaires pour des sociétés bien établies telles que America Online et MSN.com et 1,0 % est

CHAPITRE 4

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

constitué par des campagnes publicitaires pour les services par Internet de sociétés de « l'ancienne » économie telles que BNP Paribas et France Telecom.

Les Contrats du Groupe

Les contrats de droit public

La plupart des contrats du Groupe relatifs au mobilier urbain et à la publicité dans les transports conclus aujourd'hui avec les administrations et autorités publiques font l'objet d'un processus d'appel d'offres spécifique aux contrats de droit public.

En France, le processus d'appel d'offres des marchés publics est régi par des règles et procédures détaillées relatives à la concurrence et à la publicité. Afin d'assurer une concurrence équitable, ces règles exigent également que le Groupe réinvestisse dans de nouveaux équipements même en cas de renouvellement d'un contrat existant. Si les procédures ne sont pas respectées, le juge administratif peut annuler le contrat concerné et une procédure pénale peut être engagée à l'encontre du contractant. 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 en partie, pour des raisons d'intérêt général, que ce droit de résiliation soit prévu ou non au contrat. Dans un tel cas, le contractant de droit privé a un droit légal à indemnisation au moins pour la portion de la valeur nette de ses investissements et de ses charges d'exploitation et, dans certaines circonstances limitées, peut se voir accorder une indemnisation pour compenser sa perte de bénéfices. Bien que les résiliations de contrats du Groupe pour des raisons d'intérêt général aient été rares par le passé, le Groupe ne peut pas garantir qu'il va continuer à en être ainsi à l'avenir ni, si tel était le cas, que le Groupe recevrait un montant d'indemnités suffisant pour couvrir les dépenses engagées.

Il est toutefois à noter qu'en France, le décret n°2001-210 du 7 mars 2001 portant Code des Marchés Publics, qui entrera en vigueur le 9 septembre 2001, prévoit que les marchés publics sont des contrats conclus à titre onéreux. Dans ces conditions, les contrats de mobilier urbain publicitaire (c'est-à-dire qui ne requièrent pas de paiement de la part de la collectivité) seraient hors du champ d'application du Code des Marchés Publics. Toutefois, cette définition étant nouvelle, le Groupe n'a pas d'assurance sur l'applicabilité de cette interprétation à ses contrats.

Par ailleurs, la directive européenne n°92/50 du 18 juin 1992 dispose que les contrats d'un montant supérieur à 200 000 euros ne peuvent pas être renouvelés ou prorogés sans organisation d'un nouveau processus d'appel d'offres respectant les procédures décrites dans cette directive. Conformément au droit de l'Union européenne, cette directive est applicable dans tous les pays membres de l'Union européenne et s'applique en particulier aux contrats du Groupe relatifs au mobilier urbain et à la publicité dans les transports dans ces pays.

Principales modalités des contrats relatifs au mobilier urbain

Les contrats relatifs au mobilier urbain du Groupe prennent généralement la forme de contrats conclus avec les collectivités locales. Dans certains pays, l'assemblée délibérante de la collectivité locale doit le plus souvent approuver le contrat avant qu'il ne soit signé. 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. Quelques unes des principales dispositions communes à la plupart des contrats relatifs au mobilier urbain du Groupe sont les suivantes :

- La durée des contrats est comprise entre huit et vingt-cinq ans. Les contrats sont généralement résiliables en cas de violation importante des engagements, ainsi que pour des motifs d'intérêt général.
- Le Groupe a l'obligation d'installer et d'entretenir, à ses frais, les mobiliers installés dans les collectivités avec lesquelles il est en relation contractuelle.
- Le Groupe est autorisé à exploiter l'espace publicitaire situé sur certains équipements de mobilier urbain qu'il installe. Dans certains contrats, le Groupe reçoit également un droit d'exclusivité pour l'installation d'équipements de mobilier urbain supplémentaires du même type ou de procéder à l'extension 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.
- 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

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

certaines limitations particulières énumérées au contrat, ainsi que d'un contrôle périodique par les collectivités locales.

- Dans certaines circonstances, les villes peuvent demander au Groupe de déplacer les équipements. Ce transfert est souvent effectué aux frais du Groupe, à hauteur de 3 à 5 % des panneaux par an, puis aux frais de la ville au-delà de ce chiffre.
- Dans la plupart des cas, le Groupe conserve la propriété de tous les équipements de mobilier urbain qu'il installe. A l'expiration ou lors de la résiliation anticipée d'un contrat, le Groupe peut proposer (ou il peut avoir l'obligation de proposer) à la ville la possibilité d'acheter le mobilier urbain existant. A défaut de rachat par la collectivité locale, le Groupe enlève les équipements à ses frais.

En France, à la suite d'une décision de juillet 1998 du Conseil de la concurrence, les modalités des contrats de mobilier urbain 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. Le Groupe JCDecaux considère que les clauses figurant dans les contrats signés antérieurement restent toutefois valables. En outre, les contrats ne peuvent pas prévoir des durées de vie autonomes pour chaque nouvel équipement de mobilier urbain installé et le Groupe ne peut pas se voir accorder de droits préférentiels relatifs à la fourniture d'équipements de mobilier urbain complémentaires qu'une municipalité peut exiger après le début d'un contrat. Par ailleurs, un arrêt du Conseil d'Etat du 29 novembre 2000 affirme, que les clauses de tacite reconduction donnent naissance à un nouveau contrat devant être soumis aux règles de passation des marchés publics. Le Groupe JCDecaux considère cette jurisprudence inapplicable aux contrats de mobilier urbain qui ne sont pas des marchés publics et pas davantage des conventions de délégation de service public. En tout état de cause, les contrats comportant des clauses de tacite reconduction font, dans la quasi-totalité des cas, l'objet d'appels d'offres par les collectivités locales et le Groupe JCDecaux prend actuellement comme position que seules les collectivités locales peuvent en fait se prévaloir des dites clauses de tacite reconduction.

Principales modalités des contrats de publicité dans les transports

Les contrats de concession dans les aéroports et dans les métros varient considérablement. Cette variété dépend de l'étendue du rôle que l'adjudicataire 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 de concession du Groupe dans les transports sont les suivantes :

- Une durée comprise entre cinq et dix ans. Certains contrats peuvent faire l'objet de résiliation anticipée avec un préavis de deux ou trois mois. D'autres contrats permettent une résiliation anticipée simplement en cas de violation importante du contrat à laquelle il ne serait pas remédié pendant une certaine période.
- Le paiement d'une redevance proportionnelle au chiffre d'affaires réalisé, assortie de redevances minima 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, des centres d'appels téléphoniques gratuits et des abribus. 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 recevoir des 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 abribus 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 et les tarifs peuvent 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.

CHAPITRE 4

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

- Les dispositions relatives aux modifications dans l'emplacement des équipements varient selon les contrats, les frais de déplacement pouvant être totalement à la charge du concédant ou totalement à la charge du Groupe.
- Selon les contrats, le Groupe peut conserver la propriété de tous les équipements de mobilier urbain qu'il installe ou les céder au concédant après leur installation. Dans le premier cas, le concédant pourra racheter (ou requérir que le Groupe lui cède) certains équipements à la résiliation ou à l'expiration du contrat.

En matière d'affichage publicitaire, le Groupe a conclu certains contrats avec des collectivités locales et des administrations publiques, notamment avec la région Ile-de-France, les autorités ferroviaires londoniennes et certaines collectivités locales en Espagne. Généralement, les contrats avec ces autorités accordent au Groupe le droit d'installer des panneaux d'affichage pour une période de temps déterminée sur le domaine public, notamment le long des voies de chemins de fer et le long des autoroutes.

Contrats de droit privé

Les contrats dont l'objet est d'installer des équipements sur des terrains privés sont conclus soit de gré à gré avec le propriétaire du terrain, soit après mise en concurrence.

Les principales modalités des contrats

Un contrat d'installation de panneau d'affichage prend généralement la forme d'un contrat de location que le Groupe conclut avec des propriétaires de terrains privés. Dans certains pays dont la France, les modalités des contrats de location sont pour la plupart réglementées par la loi. Quelques-unes des principales dispositions communes à la plupart des contrats d'installation de panneaux d'affichage figurent ci-dessous :

- Une durée limitée à six ans, avec tacite reconduction par année à compter de l'échéance initiale pour la France, ces durées pouvant être supérieures dans les pays où leur durée n'est pas limitée.
- Un libre accès du Groupe au site dans la mesure de ce qui lui est nécessaire pour installer et entretenir les panneaux.
- Les contrats prévoient le type des mobiliers, la nature et la surface des affiches qui peuvent être placées sur le site et 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.
- En cas de violation importante du contrat à laquelle il n'est pas remédié pendant une certaine période, de changement de la réglementation applicable ou de dévalorisation du site, le Groupe peut suspendre ou résilier le contrat.

Principales modalités des contrats relatifs au 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 feront 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 sont les suivantes :

- Une durée de 15 ans, susceptible de résiliation anticipée en cas de violation importante du contrat par l'une des parties.

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

- 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.
- Un droit exclusif d'utiliser les parties communes du centre commercial pour commercialiser des espaces publicitaires sur des panneaux d'affichages fixes ou déroulants en contrepartie du paiement d'une redevance proportionnelle au chiffre d'affaires réalisé et assortie de redevances minima dans certains cas. Le choix de l'emplacement des panneaux fait initialement l'objet d'un consentement mutuel. La publicité dans ces centres peut notamment exclure la publicité pour des centres concurrents ou pour des commerces concurrents de ceux présents dans le centre. Le Groupe n'a aucun droit sur les espaces publicitaires appartenant aux locataires des centres commerciaux.
- Dans certaines circonstances, 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.
- La propriété de tous les équipements installés ; à l'expiration ou à la résiliation anticipée d'un contrat, le Groupe peut proposer au gérant du centre la possibilité d'acquérir ces équipements ; à défaut, le Groupe les enlève à ses frais.

Fabrication

Le processus de fabrication comporte deux volets : il s'agit d'une part de la fabrication puis de l'installation des équipements, d'autre part, de la préparation hebdomadaire des affiches publicitaires préalablement à leur distribution dans l'ensemble du réseau.

Le Groupe sous-traite la fabrication de ses mobiliers urbains et de ses panneaux d'affichage à un grand nombre de fournisseurs. Parmi les principaux fournisseurs du Groupe figurent les Établissements Georges Klein, Rousseau et CSI qui ont représenté ensemble 18 % des achats annuels du Groupe en 2000. Aucun fournisseur ne représente plus de 10 % des dépenses annuelles de fabrication. Une grande partie des mobiliers urbains est assemblée par des sous-traitants, les produits les plus sophistiqués tels que les sanitaires automatiques et les colonnes Morris rotatives étant toutefois assemblés par le Groupe. Enfin, toutes les opérations de contrôle de qualité, d'installation et de réparation sont conduites par les équipes techniques spécialisées du Groupe.

Le Groupe prépare lui-même les affiches publicitaires préalablement à leur répartition dans l'ensemble du réseau. Les deux sites les plus importants du Groupe pour la préparation et le conditionnement des affiches publicitaires destinées aux mobiliers urbains sont situés à Plaisir (Yvelines) et à Lyon. Le Groupe dispose à l'étranger de sites de même nature mais de taille inférieure.

Chaque semaine, les annonceurs font parvenir à ces sites les morceaux d'affiches publicitaires qui sont ensuite assemblés par le Groupe. Les affiches destinées aux panneaux déroulants sont également assemblées et les affiches destinées à la longue conservation sont renforcées par un film plastique. Les affiches sont ensuite conditionnées et préparées pour la distribution dans le réseau. Les affiches destinées aux panneaux d'affichage classiques sont conditionnées dans d'autres sites du Groupe. Le Groupe utilise principalement des supports en papier pour les affiches installées sur son réseau de panneaux d'affichage.

4.1.2.3 Concurrence

Le Groupe est confronté à la concurrence de plusieurs groupes internationaux de communication extérieure, mais aussi d'intervenants nationaux, locaux ou spécialisés, et ce particulièrement dans l'affichage grand format. Les principaux concurrents du Groupe, qui sont présents dans la majorité des activités et des secteurs géographiques sur lesquels il opère, sont Clear Channel, Infinity-Viacom et leurs filiales respectives. Les autres concurrents locaux importants du Groupe dans les principaux pays où celui-ci est présent sont notamment :

- *France* : Metrobus (publicité dans les transports), Défi (publicité lumineuse) et Liote/Citylux (publicité lumineuse).
- *Grande-Bretagne* : Maiden (affichage petit et grand format), Scottish Radio Holdings (affichage petit et grand format) et Scottish Media Group (affichage petit et grand format).

CHAPITRE 4

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

- *Allemagne* : DSM (mobilier urbain et affichage grand format), Stroer (mobilier urbain et affichage grand format), AWK (affichage grand format), Wall (mobilier urbain), Degesta (mobilier urbain) et DERG (mobilier urbain et affichage grand format).
- *Espagne* : Cemusa (mobilier urbain).
- *Etats-Unis* : Lamar Advertising Company (affichage grand format), Interspace (publicité dans les transports), AK Media (affichage grand format), Adams Outdoor (Affichage grand format) et Tri-State/PNE Media (affichage grand format).
- *Australie* : APN (publicité dans les transports).

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

De façon plus globale, le Groupe est également confronté à la concurrence d'autres médias tels que la presse quotidienne, hebdomadaire et mensuelle, la télévision, la radio et Internet.

4.1.2.4 *Cyclicité et saisonnalité*

Les dépenses publicitaires sont largement dépendantes des conditions économiques générales. Fréquemment, en période d'activité économique ralentie, les annonceurs réduisent leurs budgets de dépenses publicitaires de façon proportionnellement plus importante que leurs autres dépenses. En conséquence, l'activité d'affichage grand format du Groupe est dépendante du cycle économique. L'activité de mobilier urbain est toutefois moins influencée par les variations économiques, le Groupe a ainsi réussi à maintenir une légère croissance de son chiffre d'affaires lié au mobilier urbain lors de la récession qui a touché la France en 1994, 1995 et 1996.

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

4.1.2.5 *Propriété intellectuelle*

Le Groupe protège par des droits exclusifs (marques, dessins et modèles, brevets) 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 un très grand nombre de pays dans le monde entier. De nombreux dessins et modèles déposés protègent notamment des abribus, colonnes, panneaux d'affichage, bornes interactives dont certains sont dessinés par des architectes de renommée mondiale (notamment Lord Norman Foster, Jean-Michel Wilmotte, Renzo et Matteo Piano, Gae Aulenti, etc...). Les innovations techniques sont protégées par des brevets, liés par exemple au système Infobus, aux bornes à commandes vocales et aux sanitaires publics automatiques.

La principale exception à la jouissance de droits exclusifs sur les droits de propriété intellectuelle est constituée par les noms "JCDecaux" dont est titulaire la société JCDecaux Mobilier Urbain et "JCDecaux Communication Extérieure" que la Société a déposé mais sur lesquels Monsieur Jean-Claude Decaux et la société JCDecaux Holding ont également des droits. A ce titre, par un accord de coexistence de marques conclu avec Monsieur Jean-Claude Decaux et la société JCDecaux Holding d'une part, JCDecaux SA et JCDecaux Mobilier Urbain d'autre part, JCDecaux SA et ses filiales disposent à titre gratuit et définitif du droit d'utiliser et de déposer les marques JCDecaux et JCDecaux Communication Extérieure 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 panneaux d'affichage ou des dispositifs de publicité lumineuse. Par ailleurs, Monsieur Jean-Claude Decaux et la société JCDecaux Holding se sont engagés à ne pas utiliser les marques objet de cet accord pour la conduite de ces activités.

Par ailleurs, aux termes d'un acte de cession de titres de propriété industrielle et droits de propriété intellectuelle, effectif au 1er juillet 2000, la société JCDecaux Holding a cédé à JCDecaux SA les marques, dessins et modèles, brevets et droits d'auteur qu'elle détenait et qui sont liés à l'activité d'exploitation et de commercialisation d'espaces publicitaires figurant sur des équipements de mobilier urbain, des panneaux d'affichage ou des

dispositifs de publicité lumineuse. Cette cession a été consentie moyennant le paiement par JCDecaux SA d'une somme de 10 millions de francs (environ 1,52 millions d'euros) hors taxes.

4.1.3 et 4.1.4 Ventilation par catégorie d'activité et marché géographique du chiffre d'affaires hors taxe des trois dernières années

Voir Chapitre 5 – Commentaires sur les résultats.

4.1.5 Principaux établissements

Tous les locaux d'activité du Groupe sont la propriété de celui-ci ou sont occupés au titre de contrats de baux de longue durée.

Certains de ces locaux sont la propriété d'entités possédées ou contrôlées par la famille Decaux. 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 ces entités. 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 2000 au titre de ces baux s'est élevé à 4,922 millions d'euros, réparti comme suit, Neuilly: 1,068 million d'euros, Plaisir, Maurepas et Puteaux: 1,872 million d'euros, Londres: 1,602 million d'euros, Bruxelles: 0,17 million d'euros et Madrid 0,21 million d'euros.

Le siège opérationnel du Groupe ainsi que son département de recherche et développement sont situés à Plaisir dans les Yvelines. Le Groupe dispose également d'établissements à Neuilly-sur-Seine en région parisienne et à Londres ainsi que dans d'autres villes où le Groupe est présent. Le siège d'Avenir situé à Boulogne est actuellement mis en vente dans le cadre d'économies de coûts.

Le Groupe dispose de lignes de montage de panneaux publicitaires et de conditionnement des affiches publicitaires à Plaisir et à Lyon ainsi que dans la plupart de ses marchés principaux.

4.2 FACTEURS DE RISQUES

4.2.1 Risques liés au Groupe et à sa stratégie

4.2.1.1 Risques liés aux concessions

La stratégie de croissance du Groupe requiert que celui-ci postule à un nombre important de procédures d'attribution de marchés au cours des prochaines années. Par ailleurs, les contrats actuels du Groupe seront pour la plupart soumis à des procédures d'appel d'offres lorsqu'ils viendront à échéance. 12,7 % de ses contrats de mobilier urbain (pondérés par le chiffre d'affaires 2000 de l'activité mobilier urbain ajusté afin de tenir compte du chiffre d'affaires prévisionnel généré par les nouveaux contrats de mobilier de urbain de Salvador de Bahia, Glasgow et Singapour et les contrats de concession dans les centres commerciaux aux Etats-Unis) expireront avant fin 2004.

Les contrats de concession dans les transports ont généralement une durée inférieure aux contrats de mobilier urbain, et 56 % (pondérés par le chiffre d'affaires 2000 de l'activité transport) d'entre eux viendront à échéance avant 2004.

Dans le cadre des procédures d'appel d'offres pour les nouveaux contrats ou dans le cadre du renouvellement des contrats actuels, il sera vraisemblablement nécessaire que le Groupe procède, dès la signature des contrats, à des investissements supérieurs à ceux qu'il a réalisés dans le passé, ou qu'il reverse une plus grande part de ses recettes publicitaires aux concédants. Si le Groupe échouait à transférer ses coûts supplémentaires sur ses annonceurs, ses revenus pourraient en être affectés.

4.2.1.2 Risques liés au développement de l'activité dans les centres commerciaux

Le Groupe anticipe que dans les prochaines années une partie significative de sa croissance proviendra de contrats d'installation de mobiliers urbains dans les centres commerciaux, principalement aux Etats-Unis. Bien que le Groupe considère que ce nouvel axe de développement constitue une grande opportunité, il comporte également des risques importants en tant que nouvelle activité. Il n'est pas certain que les annonceurs considéreront l'installation de mobiliers urbains dans les centres commerciaux aussi favorablement que celles sur la voie publique, dans les aéroports ou dans les stations de métro, ou bien que les annonceurs acceptent de payer

CHAPITRE 4

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

les tarifs que le Groupe envisage de mettre en place. De plus, les contrats de concession conclus avec les centres commerciaux stipulent habituellement qu'une redevance basée sur les revenus publicitaires est versée aux opérateurs des centres commerciaux. Alors que les investissements initiaux et les dépenses d'entretien sont significativement inférieurs dans le cadre de ces contrats à ceux engagés dans les contrats de mobilier urbain sur la voie publique, les redevances versées aux opérateurs des centres commerciaux sont comptabilisées comme dépenses d'exploitation alors que les investissements sont immobilisés et amortis. Par conséquent, le Groupe pourrait enregistrer un résultat d'exploitation avant amortissements, provisions, intérêts et impôts (EBITDA) moindre pour ses contrats de mobiliers urbains pour centres commerciaux. L'EBITDA du Groupe lié à l'activité de mobiliers urbains pourrait se réduire au fur et à mesure que les concessions de mobiliers urbains en centres commerciaux se multiplient.

4.2.1.3 Risques liés aux concessions-clés

La stratégie de croissance du Groupe a notamment été de remporter des villes-clés dans chacun des pays où le Groupe est présent afin de pouvoir fournir aux annonceurs une assise importante pour le lancement de leurs campagnes nationales ou régionales. Si 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 installations de première qualité.

4.2.1.4 Risques liés aux acquisitions

L'activité du Groupe a récemment crû de manière conséquente, principalement en raison de l'acquisition du pôle Avenir et le Groupe prévoit que son activité continuera à croître à la fois par le biais de croissance interne et externe. Cette croissance requiert une implication importante de la direction générale dans les questions organisationnelles et peut parfois nécessiter des restructurations juridiques, à l'image de celles entreprises suite à l'acquisition du pôle Avenir. Le Groupe met actuellement en œuvre le processus d'intégration de l'activité, des salariés et des produits des entités nouvelles acquises. Ce processus d'intégration comporte des aléas tels que l'impact de l'intégration de nouvelles entités dans la nouvelle structure et la disponibilité de la direction générale pour la supervision du processus et la gestion des ressources humaines des entités rapprochées. Si le Groupe ne parvenait pas à intégrer avec succès ces nouvelles entités ou toutes les nouvelles entités acquises, la capacité bénéficiaire du Groupe pourrait en être affectée.

4.2.1.5 Risques liés à la réglementation applicable en matière de concurrence

La politique de croissance externe du Groupe repose notamment sur l'acquisition de sociétés ayant pour activité la communication extérieure, pour lesquelles il sera probablement nécessaire d'obtenir préalablement l'autorisation des autorités nationales ou européennes de la concurrence. La Monopolies and Mergers Commission britannique a déjà dans le passé empêché le Groupe de finaliser une acquisition. En outre, en France, le Ministre de l'Economie a récemment conditionné l'acquisition du pôle Avenir au retrait de 2322 faces publicitaires Avenir et à la limitation des remises aux annonceurs lorsque des campagnes combinant des espaces figurant sur des mobiliers urbains et des panneaux d'affichage sont achetées. Bien que l'entrée récente de plusieurs sociétés multinationales concurrentes dans le marché de la communication extérieure ait restreint la position de leader du Groupe dans plusieurs secteurs d'activité, la Commission Européenne ou les autorités nationales de la concurrence pourraient empêcher le Groupe de réaliser certaines acquisitions ou poser des conditions limitant certaines de ses activités.

4.2.1.6 Risques liés à la fluctuation des taux de change

En raison du caractère international de l'activité du Groupe, ses résultats peuvent être affectés par la fluctuation des taux de change. L'activité conduite au Royaume-Uni et à Hong-Kong générant respectivement approximativement 15 % et 6 % du chiffre d'affaires consolidé 2000, le Groupe est particulièrement sensible à l'évolution des taux de change de la livre sterling et du dollar de Hong-Kong par rapport à l'euro. Le Groupe anticipe également que l'évolution du taux de change entre le dollar américain et l'euro ait un impact croissant sur ses résultats au fur et à mesure que le Groupe développera son activité aux Etats-Unis. Afin de réduire une partie de son exposition aux fluctuations de change, le Groupe conclut ses contrats d'achat d'espaces publicitaires et contracte ses emprunts dans la devise locale de ses filiales étrangères et procède à la couverture d'une partie de son exposition au risque de change. (Voir Chapitre 5 – Commentaires sur les résultats.)

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

4.2.1.7 Relations avec la famille Decaux

Le Groupe entretient des relations étroites avec son fondateur, Jean-Claude Decaux, sa famille et les sociétés qu'elle contrôle. Plusieurs des principaux dirigeants du Groupe sont issus de la famille Decaux, notamment Jean-François Decaux et Jean-Charles Decaux, tous deux membres du directoire et co-présidents de la Société. La famille Decaux détient conjointement le contrôle de la majorité de la société JCDecaux Holding qui détiendra 69,3 % du capital de la société et des droits de vote après la réalisation de l'Offre (66,5 % du capital de la Société et des droits de vote en cas d'exercice de l'Option de Surallocation). Le Groupe verse des loyers à des sociétés contrôlées par la famille Decaux au titre de la location de certains immeubles. Bien que le Groupe estime que les relations qu'il entretient avec la famille Decaux et les sociétés qu'elle contrôle, y compris la société JCDecaux Holding, sont conduites à des conditions normales, l'existence de ces relations peut créer d'éventuels conflits d'intérêt. (Voir paragraphes 6.2.3 et 6.2.5)

4.2.1.8 Dépendance à l'égard des dirigeants

Le Groupe dépend de certains dirigeants-clés, notamment de Jean-François Decaux et Jean-Charles Decaux, tous deux membres du directoire et co-présidents de la Société et Jean-Claude Decaux, président du conseil de surveillance et fondateur du Groupe. La perte d'un de ces dirigeants-clés, quel qu'en soit la raison, ou l'implication de l'un de ces dirigeants dans des procédures contentieuses (comme celles décrites à la section "4.3 Procédures contentieuses" ci-dessous), pourrait affecter la pérennité de l'activité du Groupe.

4.2.1.9 Risques liés à la conclusion des contrats avec les collectivités publiques

La conclusion de contrats de droit public avec les collectivités locales françaises et celles d'autres pays est régie par une réglementation complexe dont l'application est susceptible d'avoir un impact en terme de relations publiques. En France, les contrats publics conclus par le Groupe sont soumis au contrôle de légalité des préfets, conformément aux règles de droit public. Malgré cette procédure, les tiers ont la faculté de contester la validité de ces contrats en invoquant une éventuelle violation de la réglementation applicable en matière de procédure d'attribution des marchés publics. Dans le passé, le Groupe a été confronté à un certain nombre de demandes d'annulation de ses contrats (Voir section "4.3 Procédures contentieuses"). Certains contrats ont été annulés suite à de telles procédures.

Les concurrents du Groupe ont mis à profit la sensibilité générale entourant les procédures d'attribution des marchés publics pour organiser des campagnes d'information contre le Groupe. Ils ont notamment allégué que le succès du Groupe en matière d'attribution d'appels d'offres publics résultait d'infractions à la réglementation des procédures d'attribution. De telles allégations ont également été rapportées dans des articles de presse publiés dans plusieurs pays. Récemment, Monsieur Jean-Claude Decaux, le président du conseil de surveillance de la Société, a été condamné pour l'infraction de complicité d'atteinte à la liberté d'accès ou à l'égalité des candidats dans les marchés publics. Cette procédure est liée à une question d'interprétation des exceptions permises par la réglementation française en matière de procédure d'appels d'offres. Il a été fait appel de ce jugement. Monsieur Jean-Claude Decaux a aussi été condamné en 1992 dans le cadre d'une procédure relative à une question de financement de partis politiques en Belgique. En application de la procédure pénale belge, la condamnation a été effacée du casier judiciaire de Monsieur Jean-Claude Decaux après l'expiration du délai applicable, le 3 octobre 1996. (Voir paragraphe 4.3 Procédures contentieuses).

Le Groupe estime qu'il s'est conformé à la réglementation applicable dans ses pays d'activité. Le Groupe a mis en place des règles internes en matière de procédures d'attribution des contrats de droit public qui sont appliquées systématiquement dans la conduite de son activité, y compris dans le pôle Avenir depuis son acquisition (Voir paragraphe "4.3 Procédures contentieuses"). Par ailleurs, les concurrents du Groupe ont été confrontés à des problèmes similaires. Il est possible que les concurrents du Groupe continuent de formuler de telles allégations afin de chercher à obtenir un avantage compétitif sur le Groupe, ou que la presse continue de publier des articles suggérant que le Groupe s'est livré à des pratiques irrégulières. Si elles devaient être prises au sérieux par les collectivités locales ou largement diffusées, ces allégations, qu'elles soient fondées ou non, pourraient avoir un impact négatif sur le Groupe. Bien que le Groupe estime qu'il s'est, ainsi que ses dirigeants, conformé à la réglementation applicable, l'application des règles de passation des marchés publics et de la réglementation qui y est liée est complexe et nécessite souvent l'interprétation difficile des faits et de la réglementation qui s'y rapporte. Il est possible que le Groupe et ses dirigeants soient à nouveau impliqués dans des procédures judiciaires relatives à l'application de la réglementation en vigueur et, si de telles procédures étaient engagées,

CHAPITRE 4

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

que le Groupe et/ou ses dirigeants soient condamnés notamment à des peines pouvant inclure l'interdiction de conclure des contrats de marchés publics durant une période pouvant atteindre trois ans et que les contrats visés soient remis en cause.

4.2.1.10 Risques liés aux contrats de location de mobiliers urbains

Dans la conduite de son activité, le Groupe est amené à fournir des mobiliers urbains à des collectivités territoriales moyennant le paiement par ces dernières d'un loyer annuel fixe. Ainsi, le Groupe loue principalement aux collectivités territoriales des sanitaires publics automatiques, des journaux d'information électronique ainsi que d'autres équipements de mobiliers urbains tels que des horloges "Heure Absolue". Le Groupe a considéré que la composante technologique de certains de ces équipements rendait applicable la procédure des marchés négociés sans mise en concurrence de l'article 104-2-1° (anciennement 312 bis) du Code des Marchés Publics et l'a par conséquent utilisée. Il existe un risque de remise en cause de la conclusion de ces contrats en raison de l'utilisation de cette procédure si un juge déterminait que ce type de produit ne permettait l'application de cet article. (Voir section 4.3 Procédures contentieuses).

4.2.2 Risques liés à l'activité du Groupe

4.2.2.1 Risques liés aux conditions économiques

Les dépenses publicitaires sont largement dépendantes des conditions économiques générales. Fréquemment, en période d'activité économique ralentie, les annonceurs réduisent leurs budgets publicitaires de façon proportionnellement plus importante que leurs autres dépenses. Si la situation économique générale devait se dégrader dans une ou plusieurs régions dans lesquelles le Groupe exerce son activité, le chiffre d'affaires du Groupe en serait affecté, éventuellement de façon conséquente. La plupart des coûts du Groupe étant fixes et faisant l'objet d'amortissements qui ne varient pas en fonction du niveau du chiffre d'affaires, la réduction du chiffre d'affaires résultant de la détérioration de la situation économique pourrait avoir un impact significatif sur le résultat d'exploitation et le résultat net du Groupe.

4.2.2.2 Risques liés à l'intensification de la concurrence

Le Groupe est confronté à une concurrence importante dans le marché de la communication extérieure et cette concurrence pourrait empêcher le Groupe de maintenir ou d'accroître son chiffre d'affaires publicitaire actuel. Récemment, deux sociétés américaines, Clear Channel et Infinity/Viacom, ont développé leurs activités dans le marché de la communication extérieure, concurrençant directement le Groupe dans la grande majorité de ses domaines d'activité. Le Groupe est également en concurrence avec des sociétés de communication extérieure implantées plus localement, ainsi qu'avec d'autres médias tels que les journaux, les magazines, les radios et la télévision.

De plus, une évolution récente des règles européennes d'attribution des marchés publics conditionne le renouvellement des contrats de mobilier urbain et de concession dans les transports à la mise en œuvre d'une procédure d'appel d'offres. Afin d'assurer l'égalité des candidats, les règles d'appel d'offres requièrent fréquemment que le Groupe réinvestisse dans de nouveaux équipements alors même qu'un contrat fait l'objet d'un renouvellement. En conséquence, afin que le Groupe maintienne sa position, il est contraint de réaliser de nouveaux investissements.

4.2.2.3 Risques liés à la résiliation unilatérale de certains contrats

Certains contrats peuvent être résiliés pour motif d'intérêt général, l'indemnisation versée dans cette hypothèse ne couvrant pas nécessairement les pertes subies. Ainsi, en France et en Espagne, les collectivités locales peuvent résilier unilatéralement les contrats du Groupe sur le fondement de l'intérêt général. Bien que le Groupe ait droit à une indemnisation dans l'hypothèse d'une telle résiliation, cette indemnisation ne couvre pas nécessairement la totalité des dépenses d'investissements et des pertes d'exploitation. De plus une telle résiliation pourrait avoir un impact négatif sur la couverture territoriale du réseau du Groupe. Bien que dans le passé le Groupe ait rarement été confronté à la résiliation d'un de ses contrats pour motif d'intérêt général, il ne peut garantir que cette situation perdurera dans le futur, en particulier dans les cas de changements de majorité résultant d'élections.

4.2.2.4 Risques liés à l'évolution de la réglementation applicable

Le marché de la communication extérieure fait l'objet d'une réglementation importante tant au niveau local que national, particulièrement en Europe et aux Etats-Unis, relativement à la densité, la taille et l'implantation des panneaux d'affichage et du mobilier urbain en agglomération et hors agglomération mais également relativement aux messages publicitaires diffusés (interdiction de la publicité sur l'alcool et le tabac dans certains pays). En France, plus particulièrement, les communes ont la possibilité de restreindre ou d'interdire l'implantation de dispositifs de publicité installés sur le domaine public ainsi que sur le domaine privé. Dans le passé, le Groupe est parvenu à adapter son activité au fur et à mesure de l'évolution de la réglementation. Toutefois, le Groupe ne peut anticiper l'adoption de nouvelles règles et telles évolutions pourraient avoir un impact négatif sur l'activité du Groupe.

4.2.3 Risques liés à l'Offre

4.2.3.1 Relations avec l'actionnaire majoritaire

Après l'Offre, les membres du directoire et du conseil de surveillance et l'actionnaire majoritaire de la Société détiendront directement ou indirectement collectivement 72,2 % du capital et des droits de vote de la Société. En conséquence, ces actionnaires continueront de disposer du pouvoir de contrôle ou d'influence sur la prise de certaines décisions soumises à l'approbation des actionnaires, notamment la désignation des membres du directoire et du conseil de surveillance, la distribution de dividendes, l'approbation d'opérations de changement de contrôle et la renonciation au droit préférentiel de souscription. Leur participation au capital du Groupe peut gêner la réalisation de certaines transactions, retarder ou empêcher un changement de contrôle du Groupe.

4.2.3.2 Absence de cotation antérieure et fluctuation des cours

Les actions de la Société n'ont fait l'objet d'aucune cotation avant l'Offre. Bien que la Société ait demandé l'admission de ses actions au Premier Marché d'Euronext Paris et que cette admission ait été prononcée il n'est pas possible de garantir l'existence d'un marché liquide pour les actions après l'Offre ni qu'un tel marché, s'il se développe, sera durable. Le prix des actions offertes dans le cadre de l'Offre, par rapport auquel le cours qui sera établi postérieurement à la réalisation de l'Offre est susceptible de varier significativement, a été déterminé postérieurement à des négociations intervenues entre la Société et les représentants des banques introductrices sur le fondement de critères qui peuvent ne pas refléter les performances futures du cours. Si un marché liquide ne se développe pas pour les actions de la Société, la liquidité et le cours des actions pourraient en être affectés.

4.2.4 Passage à l'an 2000 et à l'euro

Le Groupe n'a pas rencontré de problèmes significatifs lors du passage à l'an 2000 et n'a constaté à ce jour aucun incident lié au passage à l'an 2000.

Le Groupe envisage de convertir ses systèmes informatiques et comptables à l'euro au cours du dernier trimestre 2001 et estime que les coûts liés au passage à l'euro devraient être d'environ 1,8 million d'euros.

4.3 PROCEDURES CONTENTIEUSES

Le Groupe est partie à un certain nombre de litiges liés à la conduite de ses activités. La spécificité des relations avec les collectivités publiques françaises et étrangères peut toutefois susciter une plus grande sensibilité aux procédures contentieuses.

Ainsi, une procédure avait été initiée contre Monsieur Jean-Claude Decaux en Belgique dans le cadre d'opérations de financement de partis politiques, qui avait abouti à sa condamnation par le Tribunal correctionnel de Liège le 15 juillet 1992. En application de la procédure pénale belge, la condamnation a été effacée du casier judiciaire de Monsieur Jean-Claude Decaux après l'expiration du délai applicable, le 3 octobre 1996.

Dans le cadre d'une procédure initiée devant le Tribunal correctionnel de Bordeaux concernant la location à la région Aquitaine de mobiliers "Heure Absolue" (horloges), Monsieur Jean-Claude Decaux a été condamné, en février 2000, pour l'infraction de complicité d'atteinte à la liberté d'accès ou à l'égalité des candidats dans les marchés publics. Cette décision fait l'objet d'un appel suspensif de toute mesure d'exécution. Cette procédure a été initiée à raison de l'utilisation par la région Aquitaine, comme d'autres collectivités avant elle, de la procédure des marchés négociés sans mise en concurrence, le mobilier "Heure Absolue" bénéficiant d'un brevet portant sur un système de remise à l'heure automatique. La région et le Groupe ont considéré que ce brevet

CHAPITRE 4

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

permet à ces mobiliers d'entrer dans le champ d'application de l'article 104-2-1° (anciennement 312 bis) du Code des Marchés Publics. Cet article prévoit en effet qu'une collectivité peut procéder à un marché négocié sans concurrence préalable lorsque le besoin de la collectivité ne peut être satisfait que par une prestation nécessitant l'emploi d'un brevet d'invention, d'une licence ou de droits exclusifs détenus par un seul entrepreneur ou un seul fournisseur. Par ailleurs, ce contrat a été soumis au Préfet et à la Chambre Régionale des Comptes, sans que ces deux autorités ne le dénoncent. Le chiffre d'affaires du Groupe lié à la location de mobilier "Heure Absolue" se monte à environ 1,7 million d'euros pour l'exercice 2000. Avant sa résiliation, le contrat de location de mobilier "Heure Absolue" de la région Aquitaine générait 528 000 euros de chiffre d'affaires par an.

Le chiffre d'affaires des autres équipements de mobilier urbain loués qui ont été installés selon la procédure de gré à gré s'élève à 21,8 millions d'euros pour les sanitaires publics automatiques et à 11,1 millions d'euros pour les journaux électroniques. Il existe un risque que certains contrats qui ont fait l'objet d'une telle procédure sans mise en concurrence fassent l'objet de procédures judiciaires similaires. Toutefois, le Groupe estime que le risque demeure faible en raison de la date de passation de la plupart de ces contrats qui remonte, pour les plus récents, aux années 1991 et 1992 ainsi que de leur échéance prochaine, la plupart de ces contrats ayant été conclus pour une durée d'environ 10 à 12 ans.

La société Haut-de-Seine Publicité (HSP) a engagé une procédure devant la juridiction commerciale afin de voir le Groupe condamné aux paiements d'arriérés de sommes dues au titre de contrats de concession d'affichage publicitaire avec les communes de Gennevilliers, Colombes et Nanterre. Suite à un changement de politique commerciale de la société Avenir postérieurement à son rachat par le Groupe, le paiement de ces sommes à HSP a été interrompu par le Groupe. La société HSP réclame le paiement d'un montant d'environ 1,14 million d'euros. Les contrats passés avec la société HSP pour les communes de Gennevilliers et Nanterre représentaient, en 2000, un chiffre d'affaires pour le Groupe d'environ 326 000 euros. La ville de Colombes a depuis organisé un appel d'offres, incluant notamment l'affichage grand format, qui a été remporté par le Groupe.

En mars 2000, le groupe Vivendi a assigné Avenir en référé devant le Tribunal de commerce de Nanterre afin de voir Avenir condamnée au remboursement de la somme de 4,8 millions d'euros que Vivendi estime due au titre du précompte, conformément à la convention d'intégration fiscale, résultant de la distribution par Avenir d'un dividende exceptionnel de 98,9 millions d'euros (précompte mobilier inclus) préalablement à la cession du pôle Avenir. Avenir refuse de payer cette somme au motif que le pôle Avenir est sorti du périmètre d'intégration fiscale du groupe Vivendi le 29 juin 1999 et donc qu'elle n'est pas redevable du précompte. Par une décision du 27 avril 2001, le tribunal de commerce de Paris a donné raison au groupe Vivendi. Il a été fait appel de cette décision.

Le Groupe est partie à un litige relatif à l'utilisation par la société G&A, filiale à 80 % du Groupe, d'un brevet concernant un procédé d'enlèvement de graffiti que le Groupe estime inadapté à une utilisation industrielle. Le tiers qui a concédé la licence exclusive de ce brevet a assigné le Groupe en paiement des redevances dues au titre de cette licence. Le risque maximum encouru dans le cadre de ce litige est estimé à environ 3,8 millions d'euros.

Dans le cadre de l'acquisition du pôle Avenir et conformément au contrat d'achat d'actions du 7 mai 1999, le Groupe a effectué des réclamations au titre de la garantie de passif avant sa date d'échéance du 30 juin 2000. Les réclamations formulées sont en cours de consolidation par la Société afin de les soumettre définitivement à Havas. La majeure partie des réclamations est liée à des contestations d'application de règles comptables antérieurement à l'acquisition, et à l'existence de risques fiscaux.

Enfin, le Groupe est partie ou a été partie à un certain nombre de procédures administratives qu'il a engagées contre des collectivités publiques suite à des résiliations de contrats ou des décisions irrégulières d'attribution de marchés à des concurrents ou qui ont été engagées à l'initiative de concurrents. Ainsi, le Groupe réclame notamment un montant d'environ 4,7 millions d'euros au département des Alpes-Maritimes, un montant d'environ 0,6 million d'euros à la ville de Draguignan, d'environ 0,9 million d'euros à la ville d'Antibes, d'environ 0,6 million d'euros à la ville de Béthune et d'environ 3 millions d'euros à la ville de Rennes. En outre, le Groupe fait actuellement l'objet de trois procédures tendant à l'annulation de contrats publics ou d'avenants à de tels contrats.

Une enquête judiciaire, sur plainte de la chambre régionale des comptes du Nord-Pas de Calais, est en cours, dans le cadre de la vérification de la possibilité de signer certaines conventions dans le cadre de contrats de gré à gré.

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

Au cours des dix dernières années, le Groupe a été partie, en France, à sept procédures initiées par des tiers à l'encontre de contrats relatifs à des équipements de mobiliers urbains, trois de ces contentieux ayant abouti à l'annulation de la délibération de la collectivité territoriale autorisant la conclusion de ces contrats, sans toutefois que le contrat en lui-même soit annulé en raison du caractère détachable de la délibération. Sur cette même période les contrats du Groupe ont fait l'objet de déférés préfectoraux à quinze reprises (3 déférés pour des contrats conclus avec des départements et 12 déférés pour des contrats conclus avec des communes) aboutissant à six annulations. Enfin, à deux reprises des procédures ont été initiées directement par des communes contre des contrats du Groupe, sans toutefois que ces procédures aboutissent en raison du désistement d'instance des collectivités. Des procédures de même nature sont périodiquement engagées dans les autres pays dans lequel le Groupe est présent.

Bien que le Groupe estime s'être conformé, ainsi que ses dirigeants, à la réglementation applicable, l'application des règles de passation des marchés publics et de la réglementation qui y est liée est complexe et nécessite souvent l'interprétation délicate des faits et de la réglementation qui s'y rapporte.

Il est possible que le Groupe et ses dirigeants soient à nouveau impliqués dans des procédures judiciaires relatives à l'application de la réglementation en vigueur et, si de telles procédures étaient engagées, que le Groupe et/ou ses dirigeants soient condamnés.

A l'étranger, le Groupe est partie à deux procédures significatives en Espagne. Une procédure engagée contre la filiale "Cemuma S.A." concernant sa dénomination sociale, a abouti à une décision définitive imposant à cette filiale du Groupe de modifier sa dénomination sociale sans toutefois qu'une condamnation au paiement de dommages et intérêts ne soit prononcée. Cette décision avait été anticipée et les démarches relatives à un changement de dénomination ont été engagées. Une deuxième procédure engagée en Espagne par la société Dauphin à l'encontre de la filiale "Avenir España S.A." ayant pour objet l'utilisation d'un modèle déposé, représente un risque potentiel de l'ordre 230 000 euros.

4.4 PERSONNEL

Au 31 décembre 2000, le Groupe employait 6 782 personnes, dont 3 504 en France et 3 278 hors de France, réparties dans les départements technique (65 % des effectifs), direction et administration (13 % des effectifs), force de vente et marketing (13 % des effectifs), relations-contractants (7 % des effectifs) et recherche et développement (2 % des effectifs).

En terme d'activité, les effectifs du Groupe se répartissent à hauteur de 73 % dans le pôle mobilier urbain, 22 % dans le pôle affichage et 5 % dans le pôle transport. Le Groupe a également recours à la sous-traitance dans le pôle affichage pour un montant annuel d'environ 26 millions d'euros (environ 170,5 millions de francs) pour l'exercice clos le 31 décembre 2000.

La quasi totalité des salariés sont liés au Groupe par un contrat de travail à durée indéterminée. Les salariés du Groupe relèvent de la convention collective nationale des entreprises de la publicité et assimilées et le Groupe a institué des plans d'épargne à leur intention. Le Groupe entend favoriser l'évolution professionnelle en son sein en organisant des parcours d'intégration pour les nouveaux embauchés, en favorisant la formation en interne et en externe, et en aidant à la mobilité notamment grâce à la publication des offres internes de poste par intranet et affichage.

CHAPITRE 4

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

Le tableau suivant indique la répartition et la croissance des effectifs moyens du Groupe sur les trois derniers exercices :

Répartition des effectifs moyens sur les trois derniers exercices

	Effectifs moyens en		
	2000	1999	1998
Technique	4 435	4 355	4 297
Relations contractants	437	452	424
Recherche développement	133	115	104
Vente et marketing	899	768	638
Administration et direction	878	811	717
TOTAL	6 782	6 501	6 180
dont France	3 504	3 482	3 440
dont hors de France	3 278	3 019	2 740

En France, en application d'un accord datant de juillet 1998, la réduction du temps de travail à 35 heures a été mise en place à compter du 1er octobre 1998 pour le personnel des sociétés du Groupe (hors sociétés du pôle Avenir) et par accord en date du 29 juin 2000 pour le personnel faisant partie du pôle Avenir.

La mise en place de la réduction du temps de travail ne devrait pas affecter de manière significative la situation financière de la Société. De plus, en contrepartie les salaires ont été gelés jusqu'en décembre 2000.

4.5 POLITIQUE D'INVESTISSEMENT

4.5.1 Recherche et développement

Une partie importante du succès du Groupe est due à son investissement substantiel dans la recherche et développement. Le Groupe emploie une équipe à plein temps pour la conception et l'ingénierie, constituée d'environ 130 personnes chargées de maintenir les produits du Groupe à la pointe du marché. Son engagement dans la recherche et le développement s'est traduit par un développement-record de nouveaux concepts avec de nouveaux produits environ tous les cinq ans depuis la création de Groupe. Le Groupe estime qu'une politique d'innovation dynamique est importante car, en moyenne, environ 12 mois sont nécessaires pour concevoir et développer une nouvelle structure de mobiliers urbains. Certaines des innovations les plus importantes sont les suivantes :

- En 1964, le Groupe a conçu et installé les premiers abribus à Lyon.
- En 1972, le Groupe a introduit les premiers mobiliers urbains pour l'information (MUPI).
- Depuis 1973, le Groupe propose à ses annonceurs des campagnes publicitaires d'une durée de sept jours sur ses équipements de mobilier urbain. En raison de son succès important, le Groupe est sur le point d'étendre ce concept à tous ses autres domaines d'activité.
- En 1973, le Groupe a été le premier à introduire le rétro-éclairage sur certains de ces équipements.
- En 1976, le Groupe a inventé la première génération des "seniors", des mobiliers urbains publicitaires de grand format.
- En 1976, le Groupe a introduit des dispositifs déroulants sur les MUPI et les seniors. Le Groupe a postérieurement étendu ce concept à ses panneaux d'affichage, lui permettant d'accroître le nombre d'espaces publicitaires sans accroître le nombre de structures et de commercialiser des espaces en "temps partagé", ce qui permet aux annonceurs de cibler les audiences qui visionnent leurs messages publicitaires à différents moments de la journée. Au 31 décembre 2000, environ 4 000 panneaux seniors pouvaient être commercialisés en temps partagé.
- En 1980, le Groupe a installé les premiers sanitaires publics automatiques à Paris après plusieurs années de développement. Ils ont fait l'objet d'une évolution constante et sont actuellement dans leur sixième

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

génération. Les récentes innovations du Groupe sont notamment l'installation de sanitaires publics accessibles à tous à San Francisco en 1995, permettant au Groupe de démontrer sa faculté d'adaptation aux besoins des populations locales, élément-clé de son développement aux Etats-Unis.

- En 1997, le Groupe a inventé "Infobus", un système qui fournit aux passagers, en temps réel, une information sur le temps d'attente des prochains autobus, soit sur des écrans situés dans ses abribus, soit sur des téléphones fixes ou portables. Certains de ses abribus de dernière génération sont également dotés de panneaux solaires qui produisent une partie de l'électricité consommée par les panneaux publicitaires éclairés et les terminaux d'accès Internet. Le système "Infobus" est opérationnel dans cinq villes en France et en Belgique et devrait être installé très prochainement dans plusieurs autres villes.
- En 1999, le Groupe a développé un système de détection à distance des pannes de ses panneaux d'affichage, permettant à ses services d'entretien d'identifier à distance et avec précision les dysfonctionnements, et d'intervenir rapidement. Ce système permet également au Groupe de fournir une réponse très détaillée aux annonceurs concernant l'efficacité de ses produits.
- En réponse à de récentes demandes de clients, le Groupe a récemment conçu des dispositifs d'information à reconnaissance vocale pour les aéroports et les centres commerciaux ainsi que des écrans plasma et des bornes interactives qui permettent au Groupe de fournir des espaces publicitaires animés et interactifs à proximité des points de vente.

En 2000, le Groupe a dépensé 20,6 millions d'euros en recherche et développement, représentant environ 1,5 % de son chiffre d'affaires. Toutes ces dépenses de recherche et développement sont considérées comme des dépenses d'exploitation dans ses comptes consolidés. Le Groupe prévoit de poursuivre ses efforts en recherche et développement d'une manière comparable au cours des prochaines années.

4.5.2 Principaux investissements réalisés

L'essentiel des investissements du Groupe est lié à l'obtention de nouveaux contrats et aux investissements récurrents dans le cadre de son activité (véhicules, dispositifs publicitaires). Outre ces investissements, au cours de l'exercice 2000, le Groupe a mis en place une nouvelle ligne de conditionnement d'affiches publicitaires à Lyon destinée à préparer les affiches des équipements du Groupe situés dans la partie sud de la France. Cette nouvelle ligne de conditionnement est également destinée à pallier celle de Plaisir en cas d'incident. L'investissement réalisé pour la mise en place de cette ligne de conditionnement était d'environ 1,4 million d'euros au titre de l'exercice 2000.

4.5.3 Principaux investissements futurs

Les principaux investissements futurs du Groupe seront liés à la conclusion de nouveaux contrats relatifs à ses différentes lignes de produits. En outre le Groupe devrait engager des investissements immobiliers d'environ 7,5 millions d'euros en 2001 liés à l'extension du siège opérationnel à Plaisir et aux réaménagements des agences techniques régionales.

4.6 PRINCIPALES FILIALES ET SOCIETES AFFILIEES

Voir l'organigramme figurant au paragraphe 3.3.4 ci-dessus

4.7 REGLEMENTATION

Le marché de la communication extérieure fait l'objet d'une importante réglementation tant au niveau national que local. De manière générale, cette réglementation tend à encadrer le type, la densité et les emplacements des panneaux d'affichage grand format ainsi que le type de publicité qui peut être affichée.

En France, la loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 détermine les règles générales applicables à la publicité, les 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 classés monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques sans autorisation préalable des autorités locales ou territoriales. Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, les affiches publicitaires ne peuvent avoir une surface excédant 16 mètres carrés, ni s'élever à plus de 7,5 mètres du niveau du sol. Les publicités lumineuses sont soumises à une

CHAPITRE 4

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE DU GROUPE

réglementation particulière en matière de taille et ne peuvent être éclairées entre 22 heures et 7 heures. Une commune peut toutefois décider de restreindre ou d'interdire la présence de publicité sur son territoire. 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.

En Belgique, le Règlement Régional Urbain de l'agglomération bruxelloise fixe des règles semblables en matière d'affichage grand format à Bruxelles et dans les communes avoisinantes.

Au Royaume-Uni, le marché 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 liées à la taille, l'emplacement, le contenu et l'éclairage. Bien que l'installation de la plupart des panneaux publicitaires requiert le consentement exprès préalable des autorités locales d'urbanisme, une demande d'installation ne peut être refusée qu'à condition que le panneau menace la sécurité publique ou dénote avec l'environnement local.

L'affichage sur mobilier urbain est également soumis à certaines règles en France, par exemple, relativement à leur taille. Les mobiliers urbains destinés à afficher des informations générales, municipales ou culturelles doivent réserver au moins la moitié de l'espace publicitaire disponible à cet effet. Bien que le mobilier urbain soit soumis aux mêmes règles que l'affichage grand format en Grande-Bretagne, l'autorisation préalable d'installation de mobiliers urbains est généralement conférée par les collectivités territoriales consécutivement à l'autorisation des autorités locales d'urbanisme.

Certains pays disposent également de réglementations plus spécifiques quant aux publicités proprement dites. Ainsi, en France, toutes les inscriptions figurant sur les publicités doivent être en langue française ou doivent être traduites. Les publicités pour les boissons alcooliques doivent être accompagnées d'un message à caractère sanitaire précisant que l'abus d'alcool est dangereux pour la santé notamment en France et aux Etats-Unis. Les messages publicitaires pour les produits du tabac sont interdits dans plusieurs pays notamment en France, en Italie, aux Etats-Unis, à Hong Kong. Il en ira de même en Allemagne, aux Pays-Bas et en Espagne à compter de juillet 2001.

Une description des règles applicables en matière de contrats de marché public figure au paragraphe 4.1.2.2 – *Contrats*.

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

5.1 COMMENTAIRES SUR LES RESULTATS

La lecture des commentaires ci-dessous concernant la situation financière et les résultats du Groupe doit s'accompagner de celle des états financiers consolidés historiques audités, des comptes consolidés pro forma non audités, et des annexes et autres informations financières incluses dans le présent prospectus.

Toutes les informations financières relatives aux comptes consolidés pro forma ont fait l'objet d'un examen par les commissaires aux comptes selon les normes de la profession. De même, les états financiers ont été préparés conformément aux principes comptables généralement admis en France. Enfin, ces commentaires intègrent des éléments prévisionnels fondés sur des hypothèses concernant l'activité future du Groupe. Les résultats réels du Groupe pourraient différer de manière significative de ces éléments prévisionnels.

Introduction

Les chiffres pour 1998 et 1999 cités dans l'introduction ci-dessous ont été établis sur une base pro forma (calculés en prenant pour hypothèse l'acquisition du pôle Avenir au 1^{er} janvier 1998) sauf lorsqu'il en est indiqué différemment.

Le chiffre d'affaires du Groupe provient principalement de la vente d'espaces publicitaires réalisée grâce à trois principales activités- le mobilier urbain, l'affichage grand format et la publicité dans les transports. Le mobilier urbain représente l'activité traditionnelle du Groupe depuis sa création en 1964. Le développement de l'affichage grand format et de la publicité dans les transports est dû au rachat du pôle Avenir en juin 1999 et consolidé dans les comptes du Groupe depuis le 1^{er} juillet 1999.

Depuis 1998, le Groupe a enregistré une croissance significative du chiffre d'affaires de l'activité mobilier urbain, de 12,7 % entre 1998 et 1999 et de 15,8 % entre 1999 et 2000. L'EBITDA de cette activité représente 40,5 % de son chiffre d'affaires en 2000, contre 39,9 % en 1999 et 42,5 % en 1998. Ce taux 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. Même en tenant compte des dotations aux amortissements, le résultat d'exploitation de l'activité mobilier urbain représente 24,8 % de son chiffre d'affaires en 2000, ce pourcentage étant stable par rapport à 1999 et en recul de 2 % par rapport à 1998.

Depuis 1999, le chiffre d'affaires de l'activité affichage grand format est en augmentation avec une croissance de 5,8 % en 1999 et de 6,1 % en 2000. L'EBITDA de l'activité affichage grand format a représenté respectivement 12,5 % et 13,3 % du chiffre d'affaires de cette activité en 1998 et 1999 et 17,3 % en 2000. Le résultat d'exploitation a représenté 7,5 % et 8,5 % de ce chiffre d'affaires en 1998 et 1999 et a progressé de façon significative en 2000, s'élevant à 11,7 % du chiffre d'affaires de cette activité.

Le chiffre d'affaires de l'activité de publicité dans les transports est en hausse, progressant de 23,7 % entre 1998 et 1999 et de 39,7 % entre 1999 et 2000. L'EBITDA de l'activité publicité dans les transports a représenté respectivement 8,0 % et 7,5 % du chiffre d'affaires de cette activité en 1998 et 1999 et 9,0 % en 2000 et le résultat d'exploitation a représenté respectivement 6,0 % et 5,3 % du chiffre d'affaires de cette activité en 1998 et 1999 et 6,7 % en 2000.

Impact de l'acquisition du pôle Avenir

L'acquisition du pôle Avenir en juin 1999 a permis au Groupe de diversifier ses activités dans deux nouveaux segments de la communication extérieure, l'affichage grand format et la publicité dans les transports. Cette acquisition s'est traduite par un doublement du chiffre d'affaires du Groupe. En 1999, le chiffre d'affaires du Groupe, hors pôle Avenir, s'élevait à 626,6 millions d'euros, alors que le chiffre d'affaires pro forma, s'élève à 1 208,3 millions d'euros. En raison de la différence de rentabilité des trois activités du Groupe, l'impact de cette acquisition sur l'EBITDA et sur le résultat d'exploitation du Groupe est moins prononcé. Hors pôle Avenir, l'EBITDA 1999 s'élevait à 250 millions d'euros (soit 39,8 % du chiffre d'affaires) et le résultat d'exploitation s'élevait à 155 millions d'euros (soit 24,7 % du chiffre d'affaires), comparés à un EBITDA pro forma de 314,6 millions d'euros (soit 26,0 % du chiffre d'affaires) et un résultat d'exploitation pro forma de 197 millions d'euros (soit 16,3 % du chiffre d'affaires).

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

Suite à l'acquisition du pôle Avenir, le Groupe a mis en œuvre des programmes d'amélioration de la qualité du parc de panneaux et d'optimisation des grilles tarifaires fondés sur le "yield management", destinés à améliorer la rentabilité de l'activité affichage grand format. L'amélioration de la qualité du parc de panneaux consiste notamment en l'introduction d'améliorations technologiques, tels que le rétro-éclairage des panneaux, l'installation de panneaux déroulants, mais aussi la mise en place de concepts marketing innovants, telles que le temps partagé, qui permettent au Groupe d'améliorer la qualité de son réseau d'affichage et d'offrir à ses clients des campagnes publicitaires davantage ciblées. Le Groupe estime que ces initiatives, ainsi que les synergies réalisées avec l'activité mobilier urbain, peuvent accélérer la croissance et améliorer les marges de l'activité affichage grand format.

L'acquisition du pôle Avenir a également permis la diversification géographique du chiffre d'affaires du Groupe. En 1998, avant l'acquisition, 54 % du chiffre d'affaires consolidé du Groupe était réalisé en France (états financiers historiques). Cette proportion a diminué et s'élève à 46 % en 1999 (pro forma) et à 41 % en 2000. Cette acquisition a permis en particulier l'accroissement de la quote-part des régions Royaume Uni, Amériques et Asie-Pacifique dans le chiffre d'affaires total du Groupe. Le tableau suivant présente la répartition par zone géographique des chiffres d'affaires historique 1998, pro forma 1999 et historique 2000 :

En millions d'euros sauf pour les pourcentages	Exercice au 31 décembre					
	1998 (historique)		1999 (pro forma)		2000 (historique)	
	Chiffre d'affaires	% du total	Chiffre d'affaires	% du total	Chiffre d'affaires	% du total
France	301,2	54,2 %	558,2	46,2 %	581,1	41,0 %
Royaume-Uni . . .	35,9	6,5 %	166,8	13,8 %	213,4	15,0 %
Reste de l'Europe .	216	38,8 %	346,6	28,7 %	401,2	28,3 %
Asie-Pacifique . . .	0	0 %	73,1	6,0 %	115,5	8,2 %
Amériques	2,9	0,5 %	63,6	5,3 %	105,9	7,5 %
Total	556,0	100,0 %	1 208,3	100,0 %	1 417,1	100,0 %

Le Groupe a financé l'acquisition du pôle Avenir essentiellement par de la dette bancaire, ce qui a eu pour effet d'augmenter les charges financières du Groupe. Cette dette a été refinancée dans les conditions décrites au paragraphe "Liquidité et ressources en capital".

L'acquisition du pôle Avenir se traduit également par une augmentation significative des écarts d'acquisition inscrits au bilan consolidé. Les écarts d'acquisition sont amortis sur une période de 20 ans, soit une dotation annuelle aux amortissements de 39,2 millions d'euros au titre de cette acquisition.

Facteurs clés affectant le chiffre d'affaires et le résultat d'exploitation

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

- *Le nombre de faces.* Le Groupe facture les annonceurs pour chaque face sur laquelle est affichée leur publicité. De nombreux panneaux d'affichage disposent de plus d'une face, tels les panneaux équipés d'affiches déroulantes à deux ou trois faces, dont chacune génère des recettes publicitaires propres. Le chiffre d'affaires augmente ainsi en fonction du nombre de faces présentes sur le réseau. De même, le nombre de faces dépend de la capacité du Groupe à obtenir l'autorisation d'installer de nouveaux panneaux sur les sites existants, de sa capacité à renouveler les contrats et les baux, de sa capacité à remporter de nouveaux contrats et à installer de nouveaux mobiliers et, enfin, du nombre de panneaux publicitaires comportant plusieurs faces.

- *Tarifs.* Le Groupe s'efforce de pratiquer des tarifs en ligne avec la qualité supérieure de ses panneaux qui sont situés au cœur des villes, aux meilleurs emplacements, et d'offrir à ses clients annonceurs un réseau qui leur permet d'optimiser l'impact de leurs campagnes publicitaires. Les tarifs pratiqués dépendent donc de la qualité des panneaux, de leurs emplacements, du réseau et de la conjoncture globale du marché de la publicité et de l'économie.
- *Taux d'occupation.* Le taux d'occupation se définit comme la proportion de faces publicitaires sur lesquels une campagne payante est affichée pendant une période donnée.

Le chiffre d'affaires provenant de la vente d'espaces publicitaires est présenté sur une base nette, après déduction des remises. Pour l'activité affichage grand format, le chiffre d'affaires est net des commissions versées par le Groupe aux agences de publicité et aux centrales d'achat qui jouent le rôle d'intermédiaire entre le Groupe et les annonceurs dans certains pays (à l'exception de la France). La moyenne de ces commissions est de l'ordre de 5 % du chiffre d'affaires brut de l'affichage grand format en 2000. 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 brutes et comptabilise les redevances et la partie du chiffre d'affaires reversée en charges d'exploitation.

Par ailleurs, le Groupe exerce essentiellement en France et au Royaume Uni, une activité de vente, de location et de maintenance des mobiliers urbains qui génère un chiffre d'affaires comptabilisé dans le segment mobilier urbain.

EBITDA

Le Groupe mesure la performance opérationnelle de ses activités sur la base de l'EBITDA (résultat d'exploitation avant amortissements, provisions, intérêts et impôts ou *earnings before interest, taxes, depreciation and amortisation*). 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, et ne sont pas décomposées en coût des ventes, frais commerciaux, frais généraux et administratifs et frais de recherche et développement comme cela serait le cas selon les principes comptables généralement admis aux Etats-Unis.

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

- *Consommations, charges externes et autres.* Ce poste comprend trois grandes catégories de coûts : (i) le coût des biens consommables utilisés dans le cadre des opérations de maintenance du réseau publicitaire, qui consistent pour l'essentiel en pièces de rechange, produits de nettoyage, eau, électricité, peinture et carburant pour les véhicules, (ii) 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 et (iii) les coûts de sous-traitance pour certaines activités de maintenance.
- *Frais de personnel.* Ce poste comprend les salaires et avantages versés au personnel, incluant le personnel d'installation et de maintenance du mobilier, les équipes de recherche et développement, la force de vente ainsi que le personnel administratif et les charges sociales. 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.

Jusqu'en 1999, tous les coûts de maintenance du Groupe étaient inclus dans les charges d'exploitation dans les comptes historiques. Les coûts structurels relatifs aux équipements, comme le remplacement des bancs endommagés, des abribus ou de tout autre mobilier, ont été immobilisés dans les comptes pro forma 1999 pour les sociétés françaises, et à partir de 2000 dans les comptes historiques tant pour les sociétés françaises que pour les sociétés étrangères. Ce changement de méthode a pour effet de diminuer les charges d'exploitation, tout en augmentant l'EBITDA et les dotations aux amortissements. Les frais engagés dans le cadre de la maintenance quotidienne (nettoyage par exemple), ou le remplacement des glaces cassées, continuent à être comptabilisés en charges d'exploitation.

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

Une part importante des charges d'exploitation est fixe et ne varie 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 fonction du chiffre d'affaires publicitaire. Les principaux coûts qui varient en fonction des revenus publicitaires sont les loyers et redevances variables versées aux concédants, ainsi que les recettes publicitaires de certains contrats dont une partie est reversée aux concédants. La proportion des charges d'exploitation variables est structurellement plus faible dans l'activité d'affichage grand format que dans les activités mobilier urbain et publicité dans les transports.

La plupart des charges d'exploitation étant fixes, le facteur déterminant du taux d'EBITDA est le chiffre d'affaires. Par conséquent, en optimisant sa grille tarifaire et en introduisant certaines techniques de marketing innovantes (« yield management »), telles que celles décrites ci-dessus pour l'affichage grand format, le Groupe estime qu'il peut influencer de manière significative sur le taux d'EBITDA. En revanche, une baisse des tarifs ou du taux d'occupation des faces publicitaires, entraînerait un recul du taux d'EBITDA. Bien que moins significatif que la politique d'accroissement du chiffre d'affaires, le Groupe a également récemment mis en place un programme de réduction des coûts destiné à améliorer la productivité des équipes d'installation et de maintenance des mobiliers et à améliorer la centralisation des achats.

Résultat d'exploitation

Le résultat d'exploitation est calculé à partir de l'EBITDA duquel sont soustraites les dotations nettes aux amortissements et aux provisions. Ces charges d'amortissement sont plus importantes dans l'activité mobilier urbain qui requiert traditionnellement un niveau d'investissements plus élevé que dans les autres activités, dans la mesure où la majorité des contrats de mobiliers urbains entraîne l'installation d'équipements supplémentaires, ou contreparties, pour les municipalités plutôt que le paiement de redevances. Cependant, les contrats de mobilier urbain ont généralement une durée de vie plus longue (8 à 25 ans) que celles de l'affichage grand format ou de la publicité dans les transports.

En 1998, alors que la seule activité du Groupe était le mobilier urbain, les charges d'amortissements et de provisions représentaient approximativement 16 % du chiffre d'affaires historique. En revanche, elles ne représentaient plus que 10,4 % en 2000 et 9,7 % du chiffre d'affaires pro forma en 1999. Cette baisse aurait pu être plus importante si les chiffres relatifs à l'exercice 1999 (pro forma) et à l'exercice 2000 n'avaient pas reflété le changement de méthode relatif à l'immobilisation des coûts structurels de maintenance, qui a eu pour effet d'accroître les charges d'amortissements, bien que cette augmentation ait été partiellement compensée par l'allongement des périodes d'amortissement de certaines immobilisations comme il est décrit ci-dessous.

Dès la signature d'un contrat ou d'un bail, le Groupe engage d'importants investissements pour fabriquer et installer les mobiliers, les panneaux et les autres équipements comportant des espaces publicitaires. Par conséquent, les dotations aux amortissements tendent à croître lors de la mise en œuvre de nouveaux contrats ou baux puis tendent à décroître au fur et à mesure de la durée des contrats.

Dans le cadre de l'harmonisation des méthodes comptables mise en place en 1999, le Groupe a décidé d'harmoniser les durées d'amortissement de certaines immobilisations corporelles. Ce changement de méthode comptable est incorporé dans les comptes historiques dès 1999 et dans les comptes pro forma depuis 1998. Antérieurement, les mobiliers urbains étaient amortis sur des périodes de 4 et 7 ans. La politique actuelle est d'amortir ces équipements sur des périodes de 7 à 10 ans, en fonction de leur durée de vie économique, et les autres supports publicitaires sur des périodes de 2 à 5 ans, en France, et sur des périodes parfois plus longues dans d'autres pays.

L'impact de ce changement de méthode comptable dans les comptes 1999 est de diminuer le niveau général des dotations aux amortissements, ce qui reflète l'effet conjugué de deux facteurs : dans un premier temps, ce changement a réduit la charge d'amortissement des immobilisations non totalement amorties au début des périodes comptables concernées, les amortissements de ces immobilisations étant calculés initialement sur une durée plus courte ; dans un second temps, le changement de méthode a augmenté les dotations aux amortissements pour les immobilisations qui, selon l'ancienne méthode, étaient totalement amorties au début des exercices concernés. En 1999, l'impact de ces facteurs sur les comptes historiques a été de réduire les dotations aux amortissements de 9,8 millions d'euros (voir paragraphe *Résultats – JCDecaux SA – Résultats historiques annuels aux 31 décembre 1998, 1999 et 2000 – Résultat d'exploitation*).

Résultats

Les commentaires ci-dessous relatifs aux résultats du Groupe sont présentés en deux parties. La première partie porte sur le chiffre d'affaires et l'EBITDA par activité sur la base d'états financiers incluant le pôle Avenir dans les périodes de référence. Les chiffres relatifs aux années 1998 et 1999 indiqués dans cette partie correspondent aux états financiers pro forma. Le but de cette analyse est de présenter des données comparables pour chacune des trois activités, retraitées de l'impact comptable de l'acquisition du pôle Avenir. La deuxième partie porte sur les données historiques de chiffre d'affaires, de résultat d'exploitation, des charges financières et autres éléments significatifs qui affectent le résultat du Groupe.

Les activités d'affichage grand format et publicité dans les transports n'étaient pas gérées par le Groupe avant l'acquisition du pôle Avenir en juin 1999. En conséquence, les résultats historiques jusqu'à fin 1999 des trois activités ne reflètent pas les résultats que le Groupe aurait pu réaliser s'il avait géré ces trois activités depuis 1998 et ne reflètent pas nécessairement les tendances futures, ces trois activités étant dorénavant intégrées et dirigées ensemble.

Chiffre d'Affaires et EBITDA par Activité pour les exercices clos les 31 décembre 2000, 1999 et 1998

Le tableau suivant présente le chiffre d'affaires, l'EBITDA, le taux d'EBITDA, le résultat d'exploitation et le taux de résultat d'exploitation pour chacune des trois principales activités du Groupe sur les périodes indiquées. Les chiffres relatifs aux années 1998 et 1999 liés à l'affichage grand format et à la publicité dans les transports proviennent des résultats des sociétés appartenant au pôle Avenir qui poursuivaient ces activités. Certaines de ces sociétés sont engagées dans des activités autres que leur activité dominante (notamment des sociétés d'affichage grand format et ayant une activité minoritaire de publicité dans les transports), mais les montants représentés par ces activités minoritaires ne sont pas significatifs.

	Exercice clos au 31 décembre		
	Pro forma 1998	Pro forma 1999	2000
	(millions d'euros, sauf pour les pourcentages) ⁽¹⁾		
MOBILIER URBAIN			
Chiffre d'Affaires			
Publicité.	441,8	516,0	608,3
Ventes, locations et maintenance.	114,2	110,6	117,5
Total	556,0	626,6	725,8
EBITDA	236,5	249,9	293,8
Marge s/EBITDA	42,5 %	39,9 %	40,5 %
Résultat d'exploitation	149,1	154,9	180,0
Résultat d'exploitation/chiffre d'affaires	26,8 %	24,7 %	24,8 %
AFFICHAGE GRAND FORMAT			
Chiffre d'Affaires	342,0	361,9	384,1
EBITDA	42,9	48,3	66,5
Marge s/ EBITDA	12,5 %	13,3 %	17,3 %
Résultat d'exploitation	25,6	30,8	44,8
Résultat d'exploitation/chiffre d'affaires	7,5 %	8,5 %	11,7 %
PUBLICITE DANS LES TRANSPORTS			
Chiffre d'Affaires	177,7	219,8	307,1
EBITDA	14,2	16,4	27,6
Marge s/ EBITDA	8,0 %	7,5 %	9,0 %
Résultat d'exploitation	10,7	11,7	20,6
Résultat d'exploitation/chiffre d'affaires	6,0 %	5,3 %	6,7 %

(1) Les chiffres pour l'année 2000 n'incluent pas les coûts supportés par la holding, dont l'impact était de 2,3 millions d'euros sur l'EBITDA et de 7,7 millions d'euros sur le résultat d'exploitation. Avant 2000, il n'existait pas de holding commune aux trois activités.

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

Mobilier Urbain

Chiffre d’Affaires. Le chiffre d’affaires lié à l’activité mobilier urbain a progressé en 1999 et en 2000, passant de 556,0 millions d’euros en 1998 à 626,6 millions d’euros en 1999 et à 725,8 millions d’euros en 2000, soit une croissance annuelle de 12,7 % en 1999 et de 15,8 % en 2000, respectivement. Cette croissance reflète la hausse du chiffre d’affaires publicitaire de l’activité mobilier urbain, qui a progressé de 17,9 % en 2000, après une hausse de 16,8 % en 1999. Le chiffre d’affaires lié à la vente, à la location et à la maintenance du mobilier urbain, qui avait diminué de 3 % en 1999, a augmenté de 6 % en 2000, reflétant la croissance des ventes de matériel essentiellement à des filiales non consolidées du Groupe.

La majeure partie de la croissance du chiffre d’affaires de l’activité mobilier urbain résulte d’une croissance organique, reflétant, d’une part, l’augmentation du chiffre d’affaires réalisé sur les contrats existants et, d’autre part, l’augmentation du chiffre d’affaires des nouveaux contrats. Il n’y a pas eu d’acquisitions de sociétés significatives en 2000.

La croissance de chiffre d’affaires sur les faces publicitaires existantes a été de 3,5 % en 1999 et de 4,6 % en 2000. L’augmentation du nombre de faces, quant à elle, a contribué pour 13,3 % à la croissance du chiffre d’affaires publicitaire, tant en 1999 qu’en 2000. L’impact est supérieur au simple effet volume (le nombre de faces installées a en effet progressé respectivement de 8,0 % en 1999 et 7,7 % en 2000), en raison de prix moyens supérieurs aux faces existantes, du fait de la qualité des contrats gagnés au cours de ces deux années. En 2000, le Groupe a enregistré une forte augmentation du nombre de faces au Royaume-Uni (nouveaux contrats de Glasgow, Birmingham, Plymouth, Nottingham et mobiliers installés dans les supermarchés Tesco), en Espagne (nouveaux contrats de Barcelone, Las Palmas, Burgos, Badalone, Leganes et Las Rozas), au Portugal (nouveaux contrats des kiosques de Lisbonne et des centres commerciaux Sonae) en Australie (poursuite du programme d’installation de mobiliers urbains à Sydney et impact des jeux olympiques) et à Singapour (montée en puissance du contrat des abribus remporté en 1999).

La hausse des tarifs a contribué pour 4,7 % à l’augmentation du chiffre d’affaires publicitaire en 2000 pour une contribution de 3,5 % en 1999. Les hausses tarifaires les plus significatives, autour de 10 % par an, ont été réalisées au Royaume-Uni et en Espagne, tant en 2000 qu’en 1999. En France, le prix moyen de la face a également sensiblement augmenté en 2000, grâce à l’introduction d’une nouvelle tarification valorisant les réseaux publicitaires dans les grandes métropoles régionales. Le taux d’occupation des faces publicitaires sur le mobilier urbain est resté stable sur l’ensemble du Groupe (88,4 % en 2000, contre 88,1 % en 1999 et 89,4 % en 1998).

La France représente toujours le plus grand marché de l’activité mobilier urbain du Groupe en 2000. Néanmoins, le chiffre d’affaires de l’activité mobilier urbain généré hors de France ne cesse d’augmenter et croît plus vite, en proportion, que le chiffre d’affaires de l’activité mobilier urbain en France, lui même en progression. En effet, alors que la France représentait 45,5 % des revenus publicitaires de l’activité mobilier urbain en 1998, elle n’en représente plus que 41,6 % en 2000. Hors de France, le Royaume-Uni, l’Espagne, le Portugal et l’Amérique du Nord ont enregistré les plus fortes croissances de chiffre d’affaires pour le mobilier urbain en 2000.

EBITDA. L’EBITDA de l’activité mobilier urbain, qui s’élève à 293,8 millions d’euros en 2000 contre 249,9 millions d’euros en 1999 et 236,5 millions en 1998, a augmenté de 17,6 % en 2000, après une hausse de 5,7 % en 1999.

Le taux d’EBITDA a représenté 40,5 % du chiffre d’affaires du mobilier urbain en 2000, contre 39,9 % en 1999 et 42,5 % en 1998. 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, le résultat d’exploitation de l’activité mobilier urbain représente 24,8 % du chiffre d’affaires, ce pourcentage étant resté stable en 2000 par rapport à 1999 et en recul de deux points par rapport à 1998.

La baisse du taux d’EBITDA entre 1998 et 1999 est due principalement aux coûts de démarrage de l’activité des centres commerciaux aux Etats-Unis. De même, les nouveaux contrats au Brésil, en Norvège, à Singapour et en Australie n’ont pas généré, durant cette période, le chiffre d’affaires que le Groupe estime qu’ils devraient générer à maturité. Enfin, l’activité de location, de vente et de maintenance de mobilier urbain n’a pas progressé aussi rapidement que le chiffre d’affaires publicitaire au cours de cette période. En 1998, l’EBITDA a été impacté

pour un montant d'environ six millions d'euros, lié à l'offre publique d'achat infructueuse lancée par le Groupe sur le groupe de communication extérieure britannique More. La progression du taux d'EBITDA entre 1999 et 2000 reflète la montée en puissance des ventes relatives aux contrats de certaines filiales européennes arrivées à maturité, notamment au Royaume Uni, en Allemagne, en Espagne, au Portugal et aux Pays-Bas.

Affichage grand format

Chiffre d'Affaires. Le chiffre d'affaires de l'activité affichage grand format s'élève à 384,1 millions d'euros en 2000, contre 361,9 millions d'euros en 1999 et 341,9 millions d'euros en 1998, ce qui représente une croissance de 6,1 % en 2000, après une hausse de 5,8 % en 1999. L'activité affichage grand format est sous le contrôle du Groupe depuis juin 1999 et est consolidée depuis le 1er juillet 1999.

A partir de 2000, et afin d'harmoniser les méthodes comptables utilisées avec celles des autres activités du Groupe, les taxes liées à la publicité, refacturées aux clients, qui étaient enregistrées en chiffre d'affaires dans certains pays sont désormais comptabilisées en déduction des charges. Hors impact de ce retraitement, le chiffre d'affaires de l'activité affichage grand format aurait progressé de 9,5 % sur l'année 2000.

En 2000, le Groupe a bénéficié d'un environnement économique plus favorable qu'en 1999, et a mis en place des programmes d'amélioration de la qualité du parc de panneaux publicitaires et d'optimisation de ses grilles tarifaires (« yield management »). Ces actions ont permis d'augmenter de manière significative le prix moyen de la face sur l'ensemble des pays. En France, l'augmentation du prix moyen a plus que compensé le léger recul du taux de remplissage. Sur l'ensemble des pays d'Europe hors de France, c'est-à-dire au Royaume-Uni, en Irlande, en Espagne, en Belgique et en Italie, la croissance du chiffre d'affaires de l'affichage grand format progresse globalement de 15 % par rapport à 1999, en raison de l'amélioration des prix et des taux de remplissage, après un ralentissement particulièrement sensible au Royaume-Uni suite au ralentissement général du marché publicitaire au premier semestre 1999 (et plus particulièrement au recul des dépenses publicitaires des constructeurs automobiles).

Le chiffre d'affaires de la publicité lumineuse a augmenté de 14 % en 2000, la contribution de cette activité au chiffre d'affaires total du Groupe restant marginale.

EBITDA. L'EBITDA du segment affichage grand format, qui s'élève à 66,5 millions d'euros en 2000, contre 48,3 millions d'euros en 1999 et 42,9 millions d'euros en 1998, est en hausse de 37,7 % en 2000, après une hausse de 12,6 % en 1999, grâce à l'amélioration des conditions économiques et aux synergies développées depuis l'acquisition de ces activités par le Groupe. Le taux d'EBITDA de l'affichage grand format représente 17,3 % du chiffre d'affaires de l'affichage grand format en 2000, contre 13,3 % en 1999 et 12,5 % en 1998. Cette progression significative du taux d'EBITDA en 2000 est due à l'augmentation sensible des prix moyens de vente, obtenue par la poursuite de l'optimisation des grilles tarifaires et l'amélioration de la qualité des réseaux. Elle provient également des efforts de réduction de coûts liés à la restructuration du pôle Avenir et aux synergies réalisées avec les autres activités du Groupe.

Publicité dans les transports

Chiffre d'affaires. Le chiffre d'affaires de l'activité de publicité dans les transports a atteint 307,1 millions d'euros en 2000, contre 219,8 millions d'euros en 1999 et 177,7 millions d'euros en 1998, ce qui représente, respectivement, une croissance de 39,7 % en 2000 et de 23,7 % en 1999. La forte croissance du chiffre d'affaires de la publicité dans les transports en 2000 reflète l'effet de change favorable (+13 %) enregistré grâce à l'appréciation du dollar contre l'euro au cours de l'exercice, ainsi que la bonne performance commerciale des activités du Groupe (+27 %) due aux facteurs exposés ci-dessous.

En 2000, la forte croissance de l'activité publicité dans les transports s'est poursuivie grâce à l'installation de nouvelles faces publicitaires dans les aéroports au Royaume-Uni, où le Groupe a renouvelé le contrat le liant aux aéroports britanniques, grâce au dynamisme de l'économie américaine (le Groupe gère les concessions publicitaires d'une cinquantaine d'aéroports aux Etats Unis, dont ceux de New York (JFK et La Guardia), Houston, Seattle et Washington DC), et grâce à la reprise économique en Asie où le Groupe a obtenu une nouvelle concession aéroportuaire, à Hong-Kong, en 1999.

En 2000, le chiffre d'affaires de la publicité dans les transports est en forte augmentation en Asie-Pacifique, qui représente plus du tiers du chiffre d'affaires de cette activité et est la zone la plus importante. Ainsi, le chiffre

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

d'affaires a progressé de 43,8 % en Asie-Pacifique, dont 25 % liés à la performance commerciale, principalement dans le métro de Hong-Kong mais aussi grâce à la montée en puissance de la publicité sur le nouvel aéroport de Hong-Kong, et 18 % liés aux effets de change. Les ventes publicitaires de Hong-Kong ont représenté à elles seules 85 % du chiffre d'affaires de cette zone durant cette période, résultant principalement du contrat du métro et la concession du nouvel aéroport de Chep Lap Kok.

En 1998, le chiffre d'affaires de la zone Asie-Pacifique avait été affecté par la crise financière asiatique. En 1999, le chiffre d'affaires de cette zone était revenu à son niveau antérieur et avait même légèrement augmenté grâce au contrat du nouvel aéroport de Hong-Kong et à la reprise générale en Asie, facteurs qui avaient compensé la perte de l'aéroport de Singapour.

Les Etats Unis sont la deuxième zone la plus importante en termes de chiffre d'affaires, représentant près du tiers du chiffre d'affaires consolidé dans l'activité publicité dans les transports. En 2000, le chiffre d'affaires de l'ensemble de l'activité publicité dans les transports aux Etats-Unis a progressé de plus de 50 %, dont 20 % liés aux effets de change, grâce à une conjoncture économique favorable et à l'augmentation constante du trafic aérien passager.

Depuis 1999, et suite au rachat du pôle Avenir, le Groupe dispose d'une forte part de marché dans le secteur de la publicité dans les aéroports aux Etats-Unis. En juillet 1998, Avenir avait acquis les activités de publicité dans les transports de la société américaine Ackerley Airport Advertising, Inc. Six mois de chiffre d'affaires d'Ackerley, soit 17,1 millions d'euros, ont été consolidés dans les résultats de l'activité publicité dans les transports du pôle Avenir en 1998. Le chiffre d'affaires de cette société a été consolidé pour l'ensemble de l'année en 1999, à hauteur de 36,1 millions d'euros.

Indépendamment de l'acquisition d'Ackerley, l'activité de publicité dans les transports / aéroports aux Etats Unis a progressé de plus de 25 % entre 1998 et 1999 et de plus de 50 % entre 1999 et 2000, principalement grâce au chiffre d'affaires généré par les concessions des aéroports de New York (JFK et La Guardia).

Au Royaume-Uni, le chiffre d'affaires de la publicité dans les transports a également augmenté de près de 50 % en 2000, après une progression de 30 % en 1999. Ces bons résultats sont dus à l'augmentation du nombre de faces dans l'aéroport d'Heathrow et à la nouvelle concession publicitaire du Heathrow Express signée en 1999, ainsi qu'aux effets de change.

En France, les ventes ont augmenté de plus de 10 % en 2000, après une progression de 7 % en 1999, reflétant l'accroissement du trafic passagers (auxquels les tarifs sont partiellement corrélés) ainsi que l'installation de nouveaux supports dans le cadre du renouvellement du contrat avec les Aéroports de Paris.

EBITDA. L'EBITDA de l'activité publicité dans les transports s'élève à 27,6 millions d'euros en 2000, contre 16,4 millions d'euros en 1999 et 14,2 millions d'euros en 1998, ce qui représente une croissance de 68 % en 2000, après une hausse de 15 % en 1999. Le taux d'EBITDA de la publicité dans les transports représente 9,0 % du chiffre d'affaires en 2000, contre 7,5 % en 1999 et 8,0 % en 1998.

La progression significative du taux d'EBITDA en 2000 reflète essentiellement l'excellente performance commerciale dans le métro et à l'aéroport de Hong-Kong, et la montée en puissance des nouveaux emplacements générés par le renouvellement de la concession Aéroport de Paris.

En 1999, la baisse du taux d'EBITDA était essentiellement due à la crise financière ayant alors affecté la zone Asie-Pacifique, ainsi qu'à la cession de l'activité de publicité dans les cinémas en Australie, qui était comptabilisée dans l'activité publicité dans les transports d'Avenir. En France, la baisse de ce taux était due à l'augmentation de la redevance versée aux Aéroports de Paris lors du renouvellement du contrat avec l'aéroport Roissy-Charles de Gaulle en 1999, et aux coûts supplémentaires liés à la préparation de l'offre dans le cadre de ce renouvellement. Enfin, au Royaume-Uni, le taux d'EBITDA par rapport au chiffre d'affaires est resté relativement stable au cours de la période.

Résultats historiques du Groupe pour les exercices clos les 31 décembre 2000, 1999 et 1998.

Ce chapitre analyse les résultats historiques du Groupe, comprenant les résultats de l'activité mobilier urbain sur les périodes décrites et les résultats des autres activités à compter du 1er juillet 1999, date à partir de

laquelle le pôle Avenir est consolidé pour la première fois dans les états financiers du Groupe. Les données pour 1998 et 1999 présentées ci-dessous ne sont donc pas comparables avec celles décrites précédemment pour les activités du Groupe.

Chiffre d'Affaires

En 2000, le chiffre d'affaires consolidé s'est élevé à 1 417,1 millions d'euros, en augmentation de 52 % par rapport au chiffre d'affaires de 932,3 millions d'euros en 1999. En 1999, le chiffre d'affaires avait augmenté de 67,7 % par rapport au chiffre d'affaires de 556,0 millions d'euros en 1998. Près de 80 % de cette progression est due aux activités affichage grand format et publicité dans les transports du pôle Avenir, intégrées dans les comptes consolidés à partir du 1er juillet 1999, et qui ont généré un chiffre d'affaires supplémentaire de 305,6 millions d'euros au second semestre 1999. Hors impact de l'acquisition du pôle Avenir, le chiffre d'affaires aurait augmenté de 12,7 % en 1999. Outre l'intégration du pôle Avenir, les raisons principales de ces augmentations sont propres à l'activité de mobilier urbain et ont été précédemment décrites.

Résultat d'Exploitation

En 2000, le résultat d'exploitation s'est élevé à 237,8 millions d'euros, en augmentation de 30,3 % par rapport au résultat d'exploitation de 182,5 millions d'euros en 1999.

En 1999, le résultat d'exploitation s'est élevé à 182,5 millions d'euros, contre 142,0 millions d'euros en 1998, soit une hausse de 28,4 % par rapport à 1998, dont 31 millions d'euros résultant de l'intégration du pôle Avenir. Ces progressions du résultat d'exploitation s'expliquent principalement par des facteurs opérationnels similaires à ceux qui ont affecté l'EBITDA pro forma.

Les dotations aux amortissements et aux provisions se sont élevées à 88,2 millions d'euros en 1998, 97,5 millions d'euros en 1999 et 147,7 millions d'euros en 2000. Ces augmentations résultent principalement des investissements immobilisables liés aux nouveaux contrats de mobilier urbain et, en 1999, de l'acquisition du pôle Avenir. Les activités affichage grand format et publicité dans les transports exigeant proportionnellement moins d'investissements que le mobilier urbain, l'intégration du pôle Avenir a réduit le pourcentage des dotations rapportées au chiffre d'affaires. En 1999, ces charges ont par ailleurs été réduites par le changement de méthode comptable lié à l'allongement de la durée d'amortissement du mobilier urbain précédemment décrit. Hors impact de ce changement, les dotations 1999 auraient été supérieures d'un montant de 9,8 millions d'euros.

Résultat Financier

En 2000, le résultat financier a enregistré une perte nette de 61,3 millions d'euros, soit une détérioration de 47,8 millions d'euros par rapport à la perte nette de 13,5 millions d'euros en 1999. Cette dégradation résulte, d'une part, de l'augmentation de la dette nette moyenne suite à l'acquisition du pôle Avenir et à l'acquisition d'Affichage Holding comptabilisées en année pleine, d'autre part, de l'augmentation des charges financières liées à la hausse des taux d'intérêt et, enfin, des escomptes accordés notamment en Europe. La dette nette (déduction faite de la trésorerie) du Groupe s'élève à 1 218 millions d'euros en 2000 contre 1 016 millions d'euros en 1999 (1 072 millions d'euros en 1999 pro forma).

Le Groupe a enregistré une perte financière nette de 13,5 millions d'euros en 1999, contre un gain financier net de 5,8 millions d'euros pour 1998. Cette dégradation s'explique principalement par les charges supplémentaires d'intérêts supportées pour le financement de l'acquisition du pôle Avenir en juin 1999 et la prise de participation de 30 % dans la société suisse Affichage Holding, consolidée par mise en équivalence dans les comptes de JCDecaux SA depuis octobre 1999, ainsi que par des plus values sur cession de valeurs mobilières de placement réalisées en 1998 et sans équivalent en 1999. Les intérêts sur les deux emprunts relatifs aux acquisitions représentent un total d'environ 14,1 millions d'euros en 1999 et un total d'environ 43,5 millions d'euros en 2000, les emprunts portant sur une année complète. Cette augmentation des charges d'intérêt en 1999 est partiellement compensée par un gain de change de 4,1 millions d'euros enregistré en 1999 grâce au renforcement du dollar américain et du dollar australien.

Impôts sur les bénéfices

En 2000, l'impôt sur les sociétés a augmenté de 30,8 % par rapport à 1999 et de 13,3 % en 1999 par rapport à 1998, le montant passant de 64,1 millions d'euros en 1998 à 72,6 millions d'euros en 1999, et à 95 millions

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

d'euros en 2000. L'augmentation sur 1999 s'explique principalement par l'acquisition du pôle Avenir en 1999. Bien que le taux d'impôt pondéré applicable en 2000 soit de l'ordre de 36,1 %, le taux effectif avant dotation aux amortissements des écarts d'acquisition s'élève à 51,7 % en 2000 contre 42,9 % en 1999 et 42,2 % en 1998. Cette augmentation du taux sur 2000 est principalement due aux pertes nettes des filiales américaines de mobilier urbain du Groupe et à celles de la France (dues principalement aux coûts de financement supportés par JCDecaux SA) pour lesquelles aucun impôt différé actif n'a pu être constaté selon les normes comptables françaises.

Du fait de la fusion absorption de ses deux filiales JCDecaux Services et RPMU intervenue le 23 mars 2001, JCDecaux SA est devenue une société opérationnelle regroupant environ 3 000 salariés. Ce changement profond d'activité exclut l'utilisation par JCDecaux SA des pertes fiscales générées sous son statut antérieur de holding.

Par ailleurs, la sortie du groupe d'intégration fiscale de JCDecaux Holding, qui est la conséquence de l'introduction en bourse, sera sans effet sur la situation de JCDecaux SA, celle-ci n'ayant pas vocation à être indemnisée du chef de l'utilisation de ces déficits par le groupe.

Amortissement des écarts d'acquisition

L'amortissement des écarts d'acquisition représente 49,7 millions d'euros en 2000, contre 24,6 millions d'euros en 1999 et 0,9 million d'euros en 1998. L'augmentation sur 2000 est principalement due à une augmentation de 19,7 millions d'euros d'amortissement sur l'écart d'acquisition lié au rachat du pôle Avenir (12 mois de dotations contre 6 mois en 1999) et à une hausse de 4,2 millions d'euros de la charge d'amortissement sur l'écart d'acquisition Affichage Holding (12 mois de dotations en 2000 contre 3 mois en 1999). L'augmentation sur 1999 par rapport à 1998 est essentiellement due à l'amortissement des écarts constatés lors des acquisitions du pôle Avenir et de la prise de participation dans la société Affichage Holding en 1999. Si le pôle Avenir avait été consolidé dans les états financiers sur l'année entière, la charge d'amortissement aurait été augmentée de 19,6 millions d'euros pour atteindre 44,2 millions d'euros.

Résultat net

Le résultat net part du groupe s'élève à 20,4 millions d'euros en 2000 contre 59,7 millions d'euros en 1999 et 74,6 millions d'euros en 1998. Les diminutions du résultat net en 2000 et en 1999 s'expliquent principalement par l'accroissement de l'amortissement des écarts d'acquisition, des charges financières et de l'impôt sur les bénéfices. La quote-part de résultat attribuée aux intérêts minoritaires représente, respectivement, 12,3 millions d'euros en 1998, 12,8 millions d'euros en 1999 et 18,7 millions d'euros en 2000. Ces intérêts minoritaires correspondent essentiellement à des participations détenues par les partenaires du Groupe. Le résultat net avant amortissement des écarts d'acquisition et intérêts minoritaires est de 87,8 millions d'euros en 1998, de 97,0 millions d'euros en 1999 et de 88,8 millions d'euros en 2000.

Liquidité et Ressources en capital

L'activité du Groupe génère des flux de trésorerie importants, le Groupe ayant un niveau significatif d'investissements corporels dont les charges d'amortissement ne viennent pas grever la capacité d'autofinancement. Le Groupe a traditionnellement pu financer ses dépenses d'investissement par sa capacité d'autofinancement et, à un degré moindre, par ses emprunts. Ainsi, à la fin de l'année 1998, les emprunts à long terme n'étaient-ils que de l'ordre de 51,8 millions d'euros. Le financement de l'acquisition du pôle Avenir en juin 1999 a tout d'abord été assuré grâce à une nouvelle ouverture de crédit de 762,2 millions d'euros (net des remboursements en principal effectués en 1999) aux termes d'un prêt bancaire syndiqué. Afin de financer l'achat de 30 % des parts d'Affichage Holding en octobre 1999, le Groupe a contracté un emprunt supplémentaire de 141,5 millions d'euros. En septembre 2000, toutes les dettes liées aux acquisitions ont été refinancées par une nouvelle ligne de crédit syndiqué à hauteur de 1,4 milliard d'euros.

Suite à la restructuration de la dette financière décrite ci-dessous et à l'offre, objet du présent prospectus, le Groupe estime que ses sources de financement actuelles seront suffisantes pour couvrir ses besoins de trésorerie au minimum pour les trois prochaines années. Le Groupe estime toutefois qu'une augmentation du taux de croissance de ses activités et/ou la survenance d'opportunités de croissance externe pourraient rendre nécessaire une augmentation de l'endettement ou des capitaux propres du Groupe.

Trésorerie d'exploitation

Les flux nets issus de l'exploitation en 2000 représentent 139,3 millions d'euros.

La capacité d'autofinancement s'élève à 238,7 millions d'euros et reflète principalement le résultat net positif de 39,1 millions d'euros, augmenté des charges d'amortissement et dépréciation et des provisions nettes de 186 millions d'euros. L'augmentation de 99,4 millions d'euros du besoin en fonds de roulement est due principalement à l'évolution de l'activité avec deux éléments atypiques : une augmentation des stocks de 26,4 millions d'euros (dont 11,6 millions d'euros liés à la réalisation du programme d'installation de mobiliers dans les centres commerciaux aux Etats-Unis), et une diminution de 84,5 millions d'euros des autres dettes (dont 38 millions d'euros de remboursement de dettes à court terme relatives à un programme de cession de créances mis en place fin 1999).

Investissements

Les investissements ont représenté 468,5 millions d'euros en 2000, reflétant principalement les investissements corporels de 236,6 millions d'euros et les acquisitions d'immobilisations financières de 211 millions d'euros. Près de 180,9 millions d'euros d'investissements corporels ont été réalisés dans l'activité mobilier urbain, incluant 24,1 millions d'euros de coûts de maintenance. Les investissements corporels des activités affichage grand format et publicité dans les transports ont été respectivement de 40,8 millions d'euros et 9,4 millions d'euros.

Les acquisitions d'immobilisations financières correspondent essentiellement, à hauteur de 188 millions d'euros, à l'acquisition de titres de filiales du groupe auprès de JC Decaux Holding et de minoritaires. Ces acquisitions ont été réalisées par une augmentation de capital de JC Decaux SA (voir ci-dessous – Financement).

Les investissements immobilisables prévus pour les années 2001 et 2002 dépendront d'un certain nombre de facteurs, en particulier le nombre de contrats supplémentaires qui seront remportés durant ces périodes. Le Groupe projette également de poursuivre ses investissements pour le portefeuille de panneaux du pôle Avenir, en remplaçant la plupart des panneaux traditionnels par des panneaux déroulants rétro-éclairés de meilleure qualité. Même si le Groupe anticipe que ces investissements augmenteront l'attractivité de son réseau et permettront d'accroître les prix facturés aux annonceurs, il ne peut donner l'assurance qu'il en sera ainsi.

Financement

Historiquement, les flux de trésorerie issus des activités de financement ont toujours été relativement faibles. Le Groupe a emprunté environ 1,2 milliard d'euros et remboursé environ 980,7 millions d'euros de dette. Par ailleurs, le Groupe a procédé à une distribution de dividendes pour près de 35,1 millions d'euros, ainsi qu'à une augmentation des capitaux propres de 162,5 millions d'euros (dont 162,1 millions d'euros sur JCDecaux SA dont le capital a augmenté de 0,1 million d'euros et les primes de 160 millions d'euros au titre de la rémunération des apports de titres par JCDecaux Holding et de minoritaires).

En 1999, le Groupe a contracté des dettes à long terme pour financer ses acquisitions. Il a emprunté environ 762,2 millions d'euros (net des remboursements en principal effectués en 1999) pour l'acquisition du pôle Avenir et 141,5 millions d'euros pour financer l'acquisition de 30 % des parts de la société Affichage Holding. A fin 1999, la dette à long terme du Groupe s'élevait à 1,0 milliard d'euros, contre 51,8 millions d'euros à fin 1998.

En septembre 2000, le Groupe a restructuré sa dette en mettant en place une ligne de crédit de 1,4 milliard d'euros avec un groupe de prêteurs organisé par Goldman Sachs, Barclays, BNP Paribas et HSBC CCF. Cette dette comprend deux lignes de crédit : la première de 870 millions d'euros utilisée pour refinancer le solde de la dette contractée pour les deux acquisitions de 1999 ; la seconde de 502 millions d'euros représente une facilité de crédit que le Groupe pense utiliser pour financer les investissements et acquisitions futurs, ainsi que pour les besoins en fonds de roulement.

Ces deux lignes de crédit supportent un intérêt à taux EURIBOR (LIBOR pour les emprunts en devises autres que le franc français et l'euro) plus une marge variable de 0,40 % à 1,50 % selon la notation de la société lors du tirage ou de chaque renouvellement. Le groupe JCDecaux ayant obtenu la notation investment grade BBB de l'agence de rating Standard & Poor's et la notation investment grade Baa2 de l'agence de rating Moody's. Sur la base de cette notation, à la date de la présente Offre, la marge est de 0,60 %.

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

Les deux lignes de crédit sont au moins pari passu avec les autres dettes non garanties par des sûretés et non subordonnées et viennent à échéance en octobre 2005. La convention de crédit contient plusieurs engagements restrictifs qui limitent la capacité du Groupe, entre autres, (i) de contracter de nouvelles dettes, (ii) d'accorder des sûretés sur éléments d'actif, (iii) d'émettre des garanties ou (iv) d'accorder des crédits, à l'exception, dans chaque cas, des opérations courantes et sous certaines conditions. Le Groupe doit aussi (i) couvrir au minimum 30 % de la dette globale à taux variable contre les hausses de taux d'intérêt et (ii) limiter ses activités à celles actuellement exercées dans le cadre du cours ordinaire de l'activité publicitaire extérieure.

La convention de crédit contient également des engagements financiers qui requièrent du Groupe de maintenir un ratio de couverture d'intérêts (EBITDA consolidé / frais financiers consolidés) à plus de 5 pour 1 ainsi qu'un ratio d'endettement net consolidé (dettes consolidées nettes / EBITDA consolidé) en dessous de 3,5 contre 1. En 2000, le Groupe a satisfait à ces deux critères, avec un ratio de couverture d'intérêts de 6,5 et un ratio d'endettement consolidé de 3,2 (chiffre qui devrait s'améliorer après la présente Offre). Le non-respect de ces ratios serait un cas de défaut qui pourrait entraîner l'exigibilité anticipée du prêt. A l'issue de la présente Offre, la Société ne pourra distribuer un dividende supérieur à 30 % du résultat net consolidé de tout exercice fiscal.

En outre, la société sera tenue au remboursement anticipé des montants dus dans le cadre de la convention de crédit si (i) la notation se dégradait en deçà de certains seuils et en cas d'émission des titres de la Société sur un marché réglementé, réalisée par voie d'augmentation de capital, d'un montant équivalent au plus élevé de (a) 10 % du montant de l'augmentation de capital ou (b) 10 % de l'endettement de JCDecaux SA et des filiales agréées, (ii) si la famille Decaux ne détenait plus au moins 50 % du capital et des droits de vote de la JCDecaux Holding ou (iii) si JCDecaux Holding ne possédait plus au moins 50 % du capital et des droits de vote de JCDecaux SA. Dans ces deux dernières hypothèses, l'intégralité du prêt devra être remboursé.

Risques de Marché

Au 31 décembre 2000, la quasi totalité des contrats de prêt du Groupe supportait des intérêts à taux variable. Afin de minimiser l'exposition de Groupe à une hausse des taux et de remplir les obligations liées aux lignes de crédit énoncées ci-dessus, le Groupe a couvert à peu près 87 % de la dette en cours au moyen de « CAP » dont les prix d'exercice varient entre 3,5 % et 5,5 % et les échéances entre mars 2001 et décembre 2003.

Bien que la majeure partie de l'activité soit réalisée dans des pays de la zone euro, le Groupe exerce aussi des activités significatives dans des pays hors de cette zone. Par conséquent, le résultat d'exploitation est aussi sujet à des variations liées à l'évolution des cours de change, principalement par rapport au dollar américain, à la livre britannique, au dollar australien et au dollar de Hong-Kong. Le Groupe a procédé à des opérations de couverture limitées, consistant en des achats et ventes de devises à court terme et en des options d'achat ou de vente, pour des montants déterminés périodiquement par la direction. La majeure partie de ces opérations de couverture de change est utilisée pour le financement des opérations. Au 31 décembre 2000, les contrats de change en monnaies étrangères relatifs à des financements portent sur un montant cumulé d'environ 140 millions d'euros, principalement libellés en dollar américain. Le Groupe a également conclu des contrats d'option concernant ses activités commerciales, dont le montant net au 31 décembre 2000 s'élève à 6 millions d'euros. Tous les contrats d'option en cours au 31 décembre 2000 arrivent à échéance au plus tard le 17 décembre 2001.

Le Groupe n'a pas procédé à des investissements significatifs en valeurs mobilières de placement. En conséquence, le résultat d'exploitation et la situation financière du Groupe ne devraient pas être affectés de façon significative par une variation des cours du marché des capitaux.

Le Groupe n'utilise pas de produits dérivés à d'autres fins que la couverture des taux d'intérêt et des taux de change.

5.2 PRESENTATION DES COMPTES

5.2.1 Comptes consolidés historiques

RAPPORT GENERAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDES – EXERCICE CLOS LE 31 DECEMBRE

Messieurs les Actionnaires de la Société JCDecaux S.A.,

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 S.A. établis en euros, relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2000, 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.

Nous avons effectué notre audit selon les normes de la profession applicable en France ; ces normes requièrent la mise en oeuvre 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 établis conformément aux principes comptables généralement admis en France, sont 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.

Par ailleurs, nous avons également procédé à la vérification des informations relatives au groupe, données dans le rapport de gestion. Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 9 mars 2001

Les Commissaires aux Comptes

BARBIER FRINAULT & AUTRES
Patrick Malvoisin

FIDUCIAIRE REVISUNION
Yves Floury

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

BILAN AU 31 DECEMBRE 2000, 1999 ET 1998

ACTIF	en millions de francs français		
	31/12/2000	31/12/1999	31/12/1998
Immobilisations incorporelles (net)	180	99	25
Ecart d'acquisition (net)	6 818	6 194	235
Immobilisations corporelles (net)	4 023	3 027	1 389
Immobilisations financières (net)	615	393	97
ACTIF IMMOBILISE	11 636	9 713	1 746
Stocks (net)	626	450	440
Clients (net)	2 556	2 111	880
Autres créances (net)	1 181	1 249	503
Valeurs mobilières de placement (net)	182	152	511
Disponibilités.	329	279	287
Impôt différé actif	155	165	77
ACTIF CIRCULANT	5 029	4 406	2 698
TOTAL ACTIF	16 665	14 119	4 444

ACTIF	en millions d'euros		
	31/12/2000	31/12/1999	31/12/1998
Immobilisations incorporelles (net)	27,5	15,1	3,7
Ecart d'acquisition (net)	1 039,4	944,3	35,8
Immobilisations corporelles (net)	613,4	461,4	211,8
Immobilisations financières (net)	93,7	59,9	14,8
ACTIF IMMOBILISE	1 774,0	1 480,7	266,1
Stocks (net)	95,4	68,6	67,1
Clients (net)	389,6	321,8	134,2
Autres créances (net)	180,1	190,4	76,7
Valeurs mobilières de placement (net)	27,8	23,2	77,9
Disponibilités.	50,1	42,6	43,8
Impôts différés actif	23,6	25,1	11,7
ACTIF CIRCULANT	766,6	671,7	411,4
TOTAL ACTIF	2 540,6	2 152,4	677,5

PASSIF	en millions de francs français		
	31/12/2000	31/12/1999	31/12/1998
CAPITAUX PROPRES			
Capital	18	17	17
Primes de fusion	1 602	538	538
Réserve légale	2	2	2
Report à nouveau	799	902	403
Réserves consolidées / Part du groupe	1 538	1 092	854
Résultat/Part du groupe	134	391	490
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE	4 093	2 942	2 304
Intérêts minoritaires	311	350	223
CAPITAUX PROPRES DE L'ENSEMBLE	4 404	3 292	2 527
PROVISIONS POUR RISQUES & CHARGES	480	378	218
IMPÔTS DIFFERES PASSIF	195	60	25
DETTES			
Emprunts & dettes auprès des établissements de crédit	8 386	6 883	340
Emprunts & dettes financières divers	62	158	126
Fournisseurs	1 320	1 087	408
Autres dettes	1 764	2 203	783
Concours bancaires	54	58	17
DETTES	11 586	10 389	1 674
TOTAL PASSIF	16 665	14 119	4 444

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

PASSIF	en millions d'euros		
	31/12/2000	31/12/1999	31/12/1998
CAPITAUX PROPRES			
Capital	2,7	2,6	2,6
Primes de fusion	244,2	82,1	82,1
Réserve légale	0,3	0,3	0,3
Report à nouveau	121,9	137,4	61,4
Réserves consolidées / Part du groupe	234,4	166,5	130,2
Résultat / Part du groupe	20,4	59,7	74,6
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE	623,9	448,6	351,2
Intérêts minoritaires	47,5	53,3	34,1
CAPITAUX PROPRES DE L'ENSEMBLE	671,4	501,9	385,3
PROVISIONS POUR RISQUES & CHARGES	73,1	57,6	33,3
IMPÔTS DIFFERES PASSIF	29,7	9,2	3,8
DETTES			
Emprunts & dettes auprès des établissements de crédit	1 278,5	1 049,3	51,9
Emprunts & dettes financières divers	9,4	24,1	19,2
Fournisseurs	201,3	165,7	62,2
Autres dettes	269,0	335,8	119,4
Concours bancaires	8,2	8,8	2,4
DETTES	1 766,4	1 583,7	255,1
TOTAL PASSIF	2 540,6	2 152,4	677,5

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

COMPTE DE RESULTAT	en millions de francs français		
	2000	1999	1998
CHIFFRE D’AFFAIRES NET	9 296	6 115	3 647
Charges d’exploitation nettes hors dotations aux amortissements et provisions	(6 767)	(4 279)	(2 137)
Dotations aux amortissements et provisions nettes	(969)	(639)	(578)
TOTAL DES CHARGES D’EXPLOITATION	(7 736)	(4 918)	(2 715)
RESULTAT D’EXPLOITATION	1 560	1 197	932
RESULTAT FINANCIER	(402)	(89)	38
RESULTAT COURANT	1 158	1 108	970
Résultat exceptionnel	15	(10)	25
Impôts sur les bénéfices.	(623)	(476)	(421)
RESULTAT NET AVANT RESULTAT DES SOCIETES MISES EN EQUIVALENCE ET AMORTISSEMENT DES ECARTS D’ACQUISITION.	550	622	574
Quote-part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	32	14	2
Dotations aux amortissements des écarts d’acquisition	(326)	(161)	(6)
RESULTAT NET DE L’ENSEMBLE CONSOLIDE	256	475	570
Part des minoritaires dans le résultat	122	84	80
Part du Groupe.	134	391	490
Bénéfice net par action (en francs français) (*)	0,762	2 289	2 863
Nombre d’actions	176 187 464	170 957	170 957

(*) Le bénéfice net par action sur 2000 n’est pas comparable à celui de 1999 et 1998 du fait d’une augmentation du nombre d’actions sur 2000 (cf. Note 2.8).
Il est calculé sur la base du nombre d’actions en fin d’année.

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

COMPTE DE RESULTAT	en millions d'euros		
	2000	1999	1998
CHIFFRE D'AFFAIRES NET	1 417,1	932,3	556,0
Charges d'exploitation nettes hors dotations aux amortissements et provisions	(1 031,6)	(652,3)	(325,8)
Dotations aux amortissements et provisions nettes	(147,7)	(97,5)	(88,2)
TOTAL DES CHARGES D'EXPLOITATION	(1 179,3)	(749,8)	(414,0)
RESULTAT D'EXPLOITATION	237,8	182,5	142,0
RESULTAT FINANCIER	(61,3)	(13,5)	5,8
RESULTAT COURANT	176,5	169,0	147,8
Résultat exceptionnel	2,3	(1,5)	3,8
Impôts sur les bénéfices.	(95,0)	(72,6)	(64,1)
RESULTAT NET AVANT RESULTAT DES SOCIETES MISES EN EQUIVALENCE ET AMORTISSEMENT DES ECARTS D'ACQUISITION.	83,9	94,9	87,5
Quote-part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	4,9	2,2	0,3
Dotations aux amortissements des écarts d'acquisition	(49,7)	(24,6)	(0,9)
RESULTAT NET DE L'ENSEMBLE CONSOLIDE	39,1	72,5	86,9
- Part des minoritaires dans le résultat	18,7	12,8	12,3
- Part du Groupe.	20,4	59,7	74,6
- Bénéfice net par action (en euros) (*).	0,116	349,0	436,5
- Nombre d'actions	176 187 464	170 957	170 957

(*) Le bénéfice net par action sur 2000 n'est pas comparable à celui de 1999 et 1998 du fait d'une augmentation du nombre d'actions sur 2000 (cf. Note 2.8).

Il est calculé sur la base du nombre d'actions en fin d'année.

TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE 2000, 1999 ET 1998	en millions de francs français		
	2000	1999	1998
Résultat Net Part du Groupe	134	391	490
Part des Minoritaires dans le résultat.	122	84	80
Quote Part/Résultat des sociétés mises en équivalence	(32)	(14)	(2)
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	24	4	—
Participation des salariés	29	22	25
Variations des impôts différés	92	(17)	(4)
Ecarts Conversion Taux Moyen/Taux Clôture	(8)	3	—
Dotation nette aux Amortissements et Provisions	1 220	815	554
Plus et Moins values de cession	(15)	7	(2)
CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT	1 566	1 295	1 141
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	(652)	39	(375)
FLUX NETS ISSUS DE L'EXPLOITATION	914	1 334	766
Acquisition d'immobilisations Incorporelles	(123)	(50)	(46)
Acquisition d'immobilisations Corporelles.	(1 552)	(1 079)	(738)
Acquisition des titres de participation	(1 233)	(6 702)	(100)
Acquisition des autres immobilisations financières	(155)	(70)	(104)
Variation des dettes sur immobilisations.	(144)	114	44
TOTAL Investissements	(3 207)	(7 787)	(944)
Cession d'immobilisations Incorporelles	77	19	20
Cession d'immobilisations Financières (Titres de participation)	11	14	995
Cession d'immobilisations Financières (Autres).	33	102	—
Variation des créances sur immobilisations	13	(13)	—
TOTAL Désinvestissements	134	122	1 015
FLUX ISSUS DES INVESTISSEMENTS	(3 073)	(7 665)	70
Distribution mise en paiement	(230)	(75)	(1 567)
Réduction des Capitaux Propres	3	(1)	—
Réduction de l'endettement.	(6 433)	(570)	(51)
BESOIN de Trésorerie (FINANCEMENT)	(6 660)	(646)	(1 618)
Augmentation des Capitaux Propres	1 066	6	0
Augmentation de l'endettement	7 868	6 539	281
DEGAGEMENT de Trésorerie (FINANCEMENT)	8 934	6 545	281
FLUX ISSUS DU FINANCEMENT	2 274	5 899	(1 337)
Incidence des variations des cours des devises	7	25	8
Apport de la trésorerie des sociétés fusionnées	(39)	—	—
VARIATION DE LA TRESORERIE	83	(407)	(493)
Trésorerie d'ouverture	374	781	1 274
Trésorerie de clôture	457	374	781

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE 2000, 1999, ET 1998	en millions d'euros		
	2000	1999	1998
Résultat Net Part du Groupe	20,4	59,7	74,6
Part des Minoritaires dans le résultat	18,7	12,8	12,3
Quote Part/Résultat des Sociétés mises en équivalence	(4,9)	(2,2)	(0,3)
Dividendes Reçus Sociétés mises en équivalence	3,7	0,6	–
Participation des salariés	4,3	3,4	3,9
Variations des impôts différés	13,9	(2,6)	(0,7)
Ecarts Conversion Taux Moyen/Taux Clôture	(1,1)	0,4	–
Dotation nette aux Amortissements et Provisions	186,0	124,3	84,4
Plus et Moins values de cession	(2,3)	1,1	(0,3)
CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT.	238,7	197,5	173,9
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	(99,4)	6,0	(57,1)
FLUX NETS ISSUS DE L'EXPLOITATION	139,3	203,5	116,8
Acquisition d'immobilisations Incorporelles	(18,8)	(7,6)	(7,0)
Acquisition d'immobilisations Corporelles	(236,6)	(164,5)	(112,5)
Acquisition des titres de participation	(188,0)	(1 021,7)	(15,2)
Acquisition des autres immobilisations Financières	(23,5)	(10,7)	(15,9)
Variation des dettes sur immobilisations	(22,0)	17,4	6,6
TOTAL Investissements	(488,9)	(1 187,1)	(144,0)
Cession d'immobilisations Corporelles	11,7	2,9	3,0
Cession d'immobilisations Financières (Titres Participation).	1,7	2,1	151,7
Cession d'immobilisations Financières (Autres)	5,0	15,5	–
Variation des créances sur immobilisations.	2,0	(2,0)	–
TOTAL Désinvestissements	20,4	18,5	154,7
FLUX ISSUS DES INVESTISSEMENTS	(468,5)	(1 168,6)	10,7
Distribution mise en paiement	(35,1)	(11,4)	(238,9)
Réduction des Capitaux Propres	0,5	(0,2)	–
Réduction l'endettement	(980,7)	(86,9)	(7,8)
BESOIN de Trésorerie (FINANCEMENT).	(1 015,3)	(98,5)	(246,7)
Augmentation Capitaux Propres	162,5	0,9	–
Augmentation de l'endettement	1 199,5	996,9	42,9
DEGAGEMENT de Trésorerie (FINANCEMENT)	1 362,0	997,8	42,9
FLUX ISSUS DU FINANCEMENT	346,7	899,3	(203,8)
Incidence des variations des cours des devises.	1,1	3,8	1,1
Apport de la trésorerie des sociétés fusionnées	(5,9)	–	–
VARIATION DE LA TRESORERIE.	12,7	(62,0)	(75,2)
Trésorerie d'ouverture.	57,0	119,0	194,2
Trésorerie de clôture	69,7	57,0	119,0

ANNEXES AUX COMPTES CONSOLIDES HISTORIQUES

FAITS MARQUANTS DES EXERCICES 1999 ET 2000

Le 29 juin 1999, JCDECAUX SA a acquis le pôle Publicité Extérieure du GROUPE HAVAS MEDIA COMMUNICATION EXTERIEURE (MCPE) pour un prix global de 884,9 M€.

Afin de donner une vue d'ensemble et de rendre comparables les états financiers du nouveau Groupe, un compte de résultat pro forma, incluant l'activité combinée des groupes MCPE et JCDecaux, a été établi pour les années 1998 et 1999. Il est joint en note 8 ci-dessous.

En septembre 2000, la société JCDecaux SA a décidé de restructurer sa dette par une ouverture de crédit d'un montant total de 1 372 M€. Celle-ci se compose d'une tranche A de 870 M€ destinée à refinancer les deux acquisitions majeures d'Affichage Holding et du pôle Publicité Extérieure du Groupe Havas, et d'une tranche B de 502 M€ destinée à financer les investissements et acquisitions futurs.

Le Groupe a débuté sur 2000 un important programme de simplification des structures juridiques dans les principaux pays où il exerce ses activités. JCD Holding (anciennement JCDecaux International) et d'autres minoritaires ont apporté à JCDecaux SA les titres qu'ils détenaient dans les filiales de cette dernière. En contrepartie, JCDecaux SA a procédé à une augmentation de capital destinée à rémunérer l'apport de ces titres.

Le Groupe a par ailleurs procédé à une mutualisation des deux pôles Decaux et Avenir.

1. METHODES ET PRINCIPES COMPTABLES

1.1 Principe d'établissement des comptes du Groupe

a. Principes généraux

A partir du 31 décembre 1999, les comptes consolidés du Groupe ont été établis en conformité avec les principes français prévus par les nouvelles dispositions du règlement n° 99-02 du Comité de Réglementation Comptable, relatives aux comptes consolidés.

L'application de ce nouveau référentiel n'a pas eu d'incidence significative sur le résultat et le bilan consolidés.

b. Modalités d'établissement des comptes consolidés JCDecaux SA au 31 décembre 1999

Les comptes consolidés de JCDecaux SA 1999 ont été obtenus en consolidant l'ensemble du résultat des sociétés du périmètre Decaux sur 12 mois et l'ensemble du résultat des sociétés du périmètre MCPE sur 6 mois.

L'amortissement de l'écart d'acquisition lié à l'acquisition du pôle MCPE a été constaté sur 6 mois.

Les états financiers au 31 décembre 1998 sont présentés avant intégration du pôle MCPE.

c. Changements de méthode

Deux changements de méthode sont intervenus sur l'exercice 1999 :

1. A partir du 1er janvier 1999, le Groupe a procédé à un changement de méthode qui a consisté à amortir le mobilier urbain sur une durée comprise entre 7 et 10 ans. Jusqu'en 1998, la durée d'amortissement du mobilier urbain était constatée dans les comptes consolidés sur 4 et 7 ans. Les nouvelles durées s'appuient sur des études menées par le Groupe sur les durées de vie économique des mobiliers.
2. Les impôts différés actif sur différences temporaires ou déficits ne sont pas comptabilisés lorsque leur réalisation est incertaine. Jusqu'au 31.12.98, le principe était de ne pas constater, sauf exception, d'impôts différés actif.

Ces changements de méthode ont conduit à augmenter :

- les réserves consolidées d'ouverture de 50 M€, montant correspondant à l'incidence de ces méthodes si elles avaient été appliquées à la clôture de l'exercice précédent,
- le résultat de l'exercice de 7 M€.

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

Un changement de méthode est intervenu sur l'exercice 2000 relatif aux frais de maintenance :

A partir du 1er janvier 2000, les frais concourant à l'amélioration et à la prolongation de la durée de vie du mobilier urbain en France et à l'étranger sont capitalisés et amortis sur la moitié de la durée de vie habituelle du mobilier urbain.

Ce changement de méthode a conduit à augmenter :

- les réserves consolidées d'ouverture de 22,0 M€, montant correspondant à l'incidence de ces méthodes si elles avaient été appliquées sur l'exercice précédent,
- le résultat de l'exercice de 5,2 M€.

L'impact détaillé des ces changements sur les réserves consolidées du Groupe vous est présenté en notes 2.8 et 2.9.

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 3 conditions suivantes sont consolidées :

	montant (en valeur absolue) supérieur à (en millions d'euros)
● Chiffre d'affaires	0,76
● Capitaux propres – part du Groupe	1,52
● Résultat net – part du Groupe	0,61

L'agrégation des sociétés non consolidées est non significative.

L'intégration globale est appliquée aux sociétés sur lesquelles le Groupe exerce un contrôle exclusif.

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.

Dans le but de donner une meilleure vision économique du Groupe Decaux, il a été décidé de comptabiliser à compter du 7/10/99 par mise en équivalence la société suisse Affichage Holding, bien que celle-ci n'ait été acquise par JCDecaux SA que le 22 mai 2000 auprès de JCDecaux Holding. Les comptes 1999 présentent ainsi l'intégralité de l'activité mobilier urbain du Groupe.

Les principaux impacts au 31/12/1999 et au 31/12/2000 sur les comptes consolidés de cette mise en équivalence sont présentés ci-dessous :

En millions d'euros	Montant 31/12/1999	Montant 31/12/2000
Titres mis en équivalence.	37,2	40,3
Ecarts d'acquisition	108,4	102,9
Emprunts ⁽¹⁾	141,5	—
Quote Part de résultat des sociétés mises en équivalence.	1	4,5

(1) L'emprunt destiné à financer l'acquisition d'Affichage Holding est désormais compris dans la tranche A de l'emprunt de 870 M€ contracté en 2000, et qui permet aussi de financer le pôle Publicité Extérieure (cf « Faits marquants » ci-dessus).

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 sont éliminées.

1.3 Dates de clôture des comptes

Toutes les sociétés 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.

L'entrée du pôle MCPE dans le périmètre de consolidation au 30 juin 1999 a été calculée sur la base des situations nettes des filiales apportées converties au taux de clôture 31 décembre 1999. L'utilisation des taux de conversion au 30 juin 1999 n'aurait pas eu d'impact significatif sur la présentation des comptes annuels.

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 Ecart d'acquisition

La différence entre le coût d'acquisition des titres des sociétés consolidées et la quote-part acquise dans les capitaux propres retraités 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.

Les écarts d'acquisition qui figuraient dans les comptes consolidés des sociétés du pôle MCPE acquis au 30 juin 1999, ont été amortis en totalité en contrepartie de la situation nette d'ouverture des filiales MCPE acquises. La valeur de cet amortissement complémentaire est venue ainsi augmenter la survaleur liée à l'acquisition du pôle MCPE.

Lorsque les 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, ...), la dépréciation des écarts d'acquisition est constatée, au-delà des amortissements prévus, par la constitution d'une provision.

1.7 Immobilisations corporelles

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

Les dotations aux amortissements, calculées selon des règles homogènes au sein du Groupe, sont déterminées selon les durées normales d'utilisation suivantes :

DUREES D'AMORTISSEMENT

Immobilisations corporelles :

- Bâtiments et constructions 10 à 20 ans
- Installations techniques, matériel et outillage (mobilier urbains et panneaux) 2 à 10 ans

Autres immobilisations corporelles :

- Agencements divers, aménagements 5 à 10 ans

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

- Matériel de transport 4 ans
- Matériel de bureau et informatique 3 ans
- Mobilier 5 à 10 ans

Mobiliers Urbains :

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

Jusqu'en 1998 la durée d'amortissement des mobiliers urbains était constatée dans les comptes consolidés sur 4 et 7 ans.

Panneaux :

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. Les principales méthodes utilisées sont les suivantes :

Pays	Méthode d'amortissement
France.	– Panneaux classiques : dégressif sur 4 ans – Trivisions et éclairés : linéaire sur 5 ans – Palissades et éclairages : linéaire sur 2 ans – Colonnes : linéaire sur 5 ans
Grande-Bretagne.	Linéaire sur 6 ans
Italie.	Linéaire sur 7 ans
Belgique	Linéaire sur 3 à 6 ans
Espagne.	Linéaire sur 7 à 10 ans

1.8 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 2000, ou dont la contribution aux états financiers consolidés ne serait pas significative, du fait notamment de la prédominance de transactions intra-groupe enregistrées dans leurs comptes.

Les titres de participation dans les sociétés non consolidées et les titres immobilisés de l'activité de portefeuille 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.

1.9 Stocks

Les stocks sont composés principalement :

- de mobiliers urbains 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 leur valeur au bilan.

1.10 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.

1.11 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.

La réévaluation des valeurs mobilières de placement, en conformité avec le règlement CRC 99-02 n'aurait pas d'incidence significative par rapport aux valeurs historiques présentées.

1.12 Indemnités de départ en retraite

Les droits acquis jusqu'au 31 décembre 1994 donnaient lieu, en France, à la constatation d'une provision pour risques et charges.

Depuis 1995, les sociétés du groupe Decaux ont opté pour une gestion externe de leurs engagements de retraite, qui couvre la quasi-totalité des droits acquis.

Les engagements de retraite des sociétés du périmètre MCPE ont fait l'objet d'une évaluation actuarielle et une provision correspondante est enregistrée au passif du bilan.

Les indemnités de départ à la retraite sont calculées selon la Convention Nationale de la publicité. Leur calcul est établi sur la base de différentes hypothèses de taux (taux d'inflation, taux de valorisation des salaires, taux de capitalisation, taux de mobilité).

1.13 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 récurrence ne peuvent être considérés comme inhérents à l'activité opérationnelle du Groupe tels que plus ou moins values de cession et frais accessoires, pénalités diverses ou amortissements exceptionnels d'immobilisations.

1.14 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 résultat social et fiscal et de l'activation de reports déficitaires.

Les actifs nets d'impôts différés jusqu'au 31 décembre 1998 n'étaient pas comptabilisés à l'exception des deux composantes suivantes :

- Suite aux redressements fiscaux intervenus en 1996 sur JCDecaux Mobilier Urbain (anciennement JC Decaux) et Semup essentiellement, la durée d'amortissement des mobiliers urbains a été portée à 7,27 ans sur le plan fiscal, soit un taux d'amortissement annuel de 13,75 %. La charge d'impôt complémentaire qui en résulte sur les exercices de 1991 à 1996 a été compensée par la constatation d'un impôt différé actif de 9,2 M€, actualisé à 8,3 M€ en au 31/12/1997 et à 7,9 M€ au 31/12/1998, représentatif de l'économie d'impôt future générée par le différentiel de durée d'amortissement sur la base d'un taux à 36,67 %.
- Le contrôle fiscal conclu en 1997 chez JCDecaux UK a également soulevé la question du rythme et de la déductibilité des amortissements constatés. L'effet du redressement a été porté en impôts différés actif à concurrence de l'impôt récupérable dans les années à venir pour un montant de 3,4 M€ sur la base d'un taux de 31 % au 31/12/1997, actualisé à 5,8 M€ au 31/12/1998.

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

1.15 Crédit-bail

Les contrats de crédit-bail immobilier, qui présentent un caractère significatif, font l'objet d'un retraitement.

Les immobilisations financées par crédit-bail sont comptabilisées à l'actif du bilan pour leur prix de revient au moment de l'acquisition. Elles sont amorties selon les mêmes règles que si elles avaient été acquises en pleine propriété.

La dette financière correspondante figure au passif du bilan et fait l'objet d'une charge financière.

Un seul contrat (celui de l'immeuble de la SNC Aguesseau) rentre dans le champ d'application de ce principe.

2. COMMENTAIRES SUR LE BILAN

2.1 Périmètre de consolidation

1998

JCDecaux SA a racheté en 1998 les actions détenues par les sociétés du Groupe Vivendi dans JC Decaux Mobilier Urbain, JC Decaux Services, Rpmu, Semup, Somupi, Sopact (France), JC Decaux UK (Angleterre), JC Decaux Belgique, ACM Belgique (Belgique), JC Decaux Luxembourg (Luxembourg), Mobiliario Urbano (Espagne), Maximedia (Finlande), JC Decaux Portugal et Purbe (Portugal) pour un montant de 6,1 M€.

JCDecaux SA a pris le contrôle de la société Famigro en Finlande, lui permettant d'exercer un contrôle exclusif sur Maximedia (contre une intégration proportionnelle à hauteur de 40 % en 1997).

Les sociétés JC Decaux Sverige (Suède), JC Decaux Australia (Australie), AFA JC Decaux Iceland (Islande), JC Decaux Norge (Norvège), JC Decaux Mallscape (Etats-Unis), JC Decaux Street Furniture Australia (Australie), JC Decaux Atlantis (Iles Canaries), Purbe (Portugal), créées en 1997 et 1998 sont intégrées pour la première fois au 31/12/1998.

Les sociétés allemandes Georg Zacharias et RGS rachetées en 1998 sont intégrées pour la première fois au 31/12/1998.

1999

JCDecaux SA a acquis le 29 juin 1999 les actions du pôle Publicité Extérieure du Groupe Havas Media Communication Extérieure. Les sociétés ont été acquises pour un prix global de 884,9 M€.

Le Groupe a pris en 1999 des participations à l'étranger pour un prix d'acquisition total de 154,9 M€ :

- La société suisse Affichage Holding est mise en équivalence à hauteur de 30 % pour la première fois au cours de l'exercice 1999.
- Klett Decaux a pris en 1999 une participation dans la société Nüremberg en Allemagne.

JCDecaux SA a pris en 1999 le contrôle des sociétés françaises Decaux Publicité Extérieure (panneaux installés sur Domaine Privé) et SEG (activité de voirie avec la Ville de Paris).

Le coût de ces acquisitions s'est élevé à respectivement 14,5 M€ et 3,5 M€.

Les sociétés Ilg Aussenwerbung Zacharias, Ilg Aussenwerbung, Ilg Werbe (Allemagne), Publicartaz (Portugal), JCD Interactive, JCD Boston, JCD Chicago (Etats-Unis), JCD Do Brasil (Brésil), JCD Italia (Italie), JCD Singapour (Singapour) et JCD Slovaquie (Slovaquie), créées entre 1996 et 1998 sont intégrées pour la première fois au cours de l'exercice 1999.

2000

Le Groupe a débuté une restructuration interne conduisant à la simplification de l'organigramme juridique.

En France, ceci s'est traduit par trois fusions-absorptions avec effet rétroactif au 1er janvier 2000 :

- Avenir a absorbé ses filiales, dont les deux sociétés EPB et SOPREMO anciennement consolidées, dans le cadre d'une fusion simplifiée.
- JC Decaux Mobilier Urbain a absorbé SFCM et SEG.
- JCDecaux SA a absorbé la société MCPE.

JCDecaux SA a procédé à une augmentation de ses capitaux propres de 162,2 M€ destinée à rémunérer les apports de titres de filiales du Groupe détenus par JCD Holding et des minoritaires.

Le 21 juin 2000 a été signé un acte de fusion par incorporation des sociétés JCDecaux Italia et Publimento dans la société Avenir Italia. La fusion a effet juridique à partir du 27 juin 2000. Il a été décidé de fusionner les trois sociétés avec date d'effet comptable au 1er janvier 2000. La nouvelle société se nomme JCDECAUX Comunicazione Esteriore Italia.

La société JCD Neonlight Siam, créée en 1996, est consolidée pour la première fois au cours de l'exercice 2000.

2.2 Ecarts d'acquisition (en M€)

Au 31 décembre 2000, les écarts d'acquisition représentent 1 115,5 M€ en valeur brute et sont amortis à hauteur de 76,1 M€.

Les écarts d'acquisition constatés en 2000, 1999 et 1998 se décomposent comme suit en valeur nette comptable :

	31/12/00	31/12/99	31/12/98
Pôle Avenir.	728,4	766,7	—
Ecarts d'acquisition liés aux apports de JCD Holding et des minoritaires en 2000			
France	58,1	—	—
Europe	80,1	—	—
Etats-Unis	4,5	—	—
Affichage Holding (Suisse).	102,9	108,4	—
Famigro (Finlande)	17,0	18	17,2
JCD Mobilier Urbain (ex SEG) (France)	12,9	13,6	—
DPE (France).	7,3	9,8	—
Nüremberg (Allemagne)	7,4	7,8	—
ARE JC Decaux (Suède)	6,4	6,9	6,7
ARE (Suède)	6,1	6,5	6,8
Georg Zacharias (Allemagne)	3,4	3,6	3,7
JC Decaux Australia (Australie)	1,3	1,4	1,4
Autres	3,6	1,6	—
TOTAL	1 039,4	944,3	35,8

Le principal mouvement intervenu en 1999 correspond à l'acquisition auprès du Groupe Havas le 29 juin 1999 des filiales Publicité Extérieure. La valeur brute et la valeur nette comptable au 31 décembre 2000 des écarts d'acquisition correspondants sont respectivement de 787,7 M€ et 728,4 M€ contre 786,3 M€ et 766,7 M€ au 31 décembre 1999.

Sur l'exercice 2000, l'apport de titres par JCD Holding et des minoritaires s'est traduit par la constatation d'un écart d'acquisition de 144,1 M€ amorti à hauteur de 1,4 M€ au 31 décembre 2000.

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

Les écarts d'acquisition du pôle MCPE, de la société Affichage Holding et ceux liés aux apports de titres de JCDecaux Holding et de minoritaires sont amortis sur 20 ans.

2.3 Immobilisations corporelles (en M€)

Détail par nature (en M€)

	Montants Bruts	Amortissements	Montants Nets 31/12/00	Montants Nets 31/12/99	Montants Nets 31/12/98
Terrains	32,5	—	32,5	29	1,5
Constructions	88,9	40,6	48,3	43,9	14,6
Installations techniques . .	1 161,7	714,8	446,9	315,9	156,4
Matériel et outillage					
Autres	202,7	131,1	71,6	56,3	37,8
Immobilisations en cours .	12,9	0,5	12,4	14,3	0,9
Avances et acomptes . . .	1,7	—	1,7	2	0,6
TOTAL	1 500,4	887,0	613,4	461,4	211,8

Au 31/12/00, les immobilisations corporelles s'élèvent à 218,3 M€ en France et 395,1 M€ à l'étranger contre respectivement 163,5 M€ et 297,9 M€ au 31/12/99, dont notamment 105,9 M€ au Royaume Uni, 63,1 M€ aux Etats-Unis, 51,9 M€ en Espagne, 28,7 M€ en Belgique, 26,5 M€ au Portugal et 24,1 M€ en Allemagne, en 2000 pour les plus significatives. Au 31/12/1998, les immobilisations corporelles s'élevaient à 91,5 M€ en France et 120,3 M€ à l'étranger.

Variations de l'exercice en valeur brute (en M€)

	Terrains	Constructions	Installations techniques	Autres	Total
Au 31 décembre 1997 . .	1,6	25,9	618,8	113,2	759,5
Evolution du périmètre . .	—	2,6	2,9	2	7,5
Acquisitions	—	1,5	90,2	20,7	112,5
Cessions	—	—	(19,2)	(4,7)	(23,9)
Conversion	—	—	(5)	(0,5)	(5,5)
Autres	—	—	3,2	(3,9)	(0,7)
Au 31 décembre 1998 . .	1,6	30	690,9	126,8	849,3
Evolution du périmètre . .	25	42,5	132,2	36,4	236,1
Acquisitions	0,1	7,6	113,7	42,9	164,3
Cessions	0	(0,1)	(21,3)	(11,1)	(32,6)
Conversion	2,4	1,5	18	3,4	25,3
Autres	—	0,5	3,6	(1,4)	2,7
Au 31 décembre 1999 . .	29,1	82	937,1	197,1	1 245,2
Evolution du périmètre . .	—	—	2,2	0,7	2,9
Acquisitions	1,1	8,9	142,3	60,2	212,5
Cessions	(0,6)	(3,5)	(37,7)	(18,5)	(60,3)
Conversion	(0,1)	—	(1,3)	0,6	(0,8)
Activation de la maintenance (ouverture)	—	—	78,7	—	78,7
Activation de la maintenance (exercice 2000)	—	—	24,1	—	24,1
Autres	3,0	1,5	16,3	(22,8)	(1,9)
Au 31 décembre 2000 . .	32,5	88,9	1 161,7	217,3	1 500,4

2.4 Immobilisations financières (en M€)

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

	31/12/99			31/12/98 Decaux	
	31/12/00	Decaux	MCPE		Total
Titres mis en équivalence.	44,6	38,4	3,4	41,8	0,3
Titres non consolidés	29,1	2,2	5,0	7,2	11,1
Prêts.	15,7	1,5	4,3	5,8	2,0
Créances rattachées	0,9	3,5	—	3,5	0,1
Autres immobilisations financières	3,4	(1,1)	2,7	1,6	1,3
TOTAL	93,7	44,5	15,4	59,9	14,8

L'augmentation du poste immobilisations financières de 45 M€ entre 1998 et 1999, correspond principalement à la mise en équivalence de la société suisse Affichage Holding pour 37,2 M€.

L'augmentation de 33,8 M€ du poste entre 1999 et 2000 se compose d'acquisition de titres pour 21,9 M€ et de nouveaux prêts accordés notamment à JC Decaux Salvador et JC Decaux Group Services pour un montant de 11,8 M€.

Titres mis en équivalence (en M€)

	% d'intérêt au		Résultat		Capitaux propres		
	31/12/2000	31/12/00	2000 (1)	31/12/00 (1)	31/12/99	Résultat 1999 (1)	31/12/99 (1)
Suisse							
Affichage Holding . . .	30,00	40,3	(0,9)	(2,5)	37,2	(0,1)	—
Portugal							
Red Portugal	34,93	0,3	(0,1)	(0,7)	0,5	—	(0,6)
Placa	45,00	0,3	(0,1)	(0,9)	0,5	—	(0,7)
Autedor	22,95	0,2	0,1	0,2	0,1	—	0,1
Centeco	31,50	0,1	0,0	0,1	0,1	—	0,1
Purbe					0,3	0,3	—
Allemagne							
Nüremberg	17,50	1,2	0,1	(0,2)	0,9	0,1	(0,3)
Ilg Aussenwerbung Zacharias.	10,00	0,03	0,0	0,0			
Asie							
Recruit Holding Hong- Kong ⁽²⁾		2,1			2,2	0,1	2,0
TOTAL		44,6			41,8		

(1) Le résultat net et les capitaux propres des sociétés mises en équivalence dans le tableau ci-dessus sont des données contributives après amortissement de l'écart d'acquisition et élimination des titres.

(2) Cette société a fait l'objet d'une déconsolidation.

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

Titres non consolidés (en M€)

L'augmentation des titres non consolidés en 2000 est principalement due à l'acquisition de 100 % des titres OWB (holding) en Autriche pour un montant de 25,4 M€ (dont 2,2 M€ de frais d'acquisition). OWB détient 16 % des titres de la société Gewista dont le chiffre d'affaires annuel sur 2000 est de 98,4 M€ pour un résultat net de 9,3 M€.

2.5 Stocks (en M€)

	31/12/00	31/12/99	31/12/98
Valeur brute des stocks	99,5	73,2	71,1
Provisions.	(4,1)	(4,6)	(4,0)
Valeur nette des stocks	<u>95,4</u>	<u>68,6</u>	<u>67,1</u>

La valeur brute des stocks en 2000 augmente de 11,1 M€ sur les sociétés françaises et de 15,2 M€ sur les sociétés étrangères. Cette variation est principalement due aux stocks de JCD Mallscope qui augmentent de 11,7 M€ en prévision de montages de mobiliers à venir.

En 1999, la valeur brute des stocks du pôle Decaux augmente de 4,7 M€ pour les sociétés françaises et diminue de 3,3 M€ pour les sociétés étrangères suite aux installations de mobiliers réalisées en 1999. L'entrée de périmètre du pôle MCPE se traduit par une augmentation des stocks en valeur brute et en valeur nette comptable de 0,6 M€.

2.6 Autres créances (en M€)

	31/12/00	31/12/99			31/12/98
		Decaux	MCPE	Total	Decaux
– Autres créances d'exploitation	26,2	8,1	19,5	27,6	10,5
. Provisions sur autres créances d'exploitation	(0,3)	0	(0,3)	(0,3)	0
– Créances diverses	24,1	29,7	39,8	69,5	54,1
. Provisions sur créances diverses.	(0,2)		(0,7)	(0,7)	(0,1)
– Créances fiscales diverses	53,5	26,5	5	31,6	0
– Créances sur immobilisations	0,3	0	2,1	2,1	0
– Avances et acomptes versés	12,5	11,1	5,5	16,6	0,5
– Charges constatées d'avance	41,6	12,5	20,1	32,6	4,4
– Charges à répartir	22,4	11,4	—	11,4	7,3
Total Autres créances	<u>180,6</u>	<u>99,3</u>	<u>92,1</u>	<u>191,4</u>	<u>76,8</u>
Total Provisions sur autres créances	<u>(0,5)</u>	<u>0</u>	<u>(1,0)</u>	<u>(1,0)</u>	<u>(0,1)</u>
TOTAL Autres Créances « Nettes »	<u><u>180,1</u></u>	<u><u>99,3</u></u>	<u><u>91,1</u></u>	<u><u>190,4</u></u>	<u><u>76,7</u></u>

Les comptes de régularisation ont été reclassés sur la ligne « Autres créances » en 2000. Par souci d'homogénéité, le changement de présentation a été opéré sur les comptes 1998 et 1999.

La diminution de 45,4 M€ des « créances diverses » s'explique principalement par la fusion de la société MCPE avec JCDecaux SA en 2000, le compte courant de 30 M€ en 1999 avec MCPE n'apparaissant plus en 2000, et par une diminution du poste de 9,8 M€ sur la société Mobiliario Urbano (Espagne).

Sur la même période, les créances fiscales diverses augmentent de 22 M€ dont notamment 7,3 M€ chez JCDecaux SA, 1,4 M€ chez JCD Mobilier Urbain, 3,8 M€ chez JCD Services et 5,4 M€ pour les sociétés Decaux en Espagne.

Toujours entre 1999 et 2000, les charges à répartir augmentent de 11,0 M€ dont principalement 14,1 M€ chez JCDecaux SA. Ces 14,1 M€ sont constitués notamment des frais d'introduction en bourse pour 8,5 M€ et de frais bancaires pour 5,8 M€.

2.7 Impôts différés nets (en M€)

2.7.1. Impôts différés comptabilisés

	31/12/00	31/12/99			31/12/98
		Decaux	MCPE	TOTAL	Decaux
Impôts différés actif	23,6	6,2	18,9	25,1	11,7
Impôts différés passif	(29,7)	(8,4)	(0,8)	(9,2)	(3,8)
TOTAL	(6,1)	(2,1)	18,1	15,9	7,9

Par souci d'homogénéité sur la présentation des comptes 2000, un changement de présentation a été effectué sur 1999 et 1998 : les impôts différés actifs ont été nettés des impôts différés passifs par société.

La diminution de 22,1 M€ de la position nette d'impôts différés actif au 31 décembre 2000 s'explique principalement par le changement de méthode relatif à l'activation des frais de maintenance. Ce changement de méthode contribue à une augmentation des impôts différés passif à hauteur de 15 M€.

L'augmentation de 8,1 M€ de la position nette d'impôts différés actif au 31 décembre 1999 provient de l'entrée de périmètre du pôle MCPE à hauteur de 18,1 M€ et d'une diminution sur les filiales Decaux à hauteur de 10 M€.

La diminution de 10 M€ constatée sur les filiales Decaux en 1999 s'explique principalement par une diminution de 8,8 M€ observée sur la filiale JC Decaux Mobilier Urbain. Cette diminution est essentiellement liée au changement de méthode de la durée d'amortissement du mobilier urbain.

2.7.2. Impôt différé actif sur reports déficitaires non comptabilisé (en M€)

	31/12/00
Reports déficitaires	
JCDecaux SA	28,0
Etats-Unis	17,2
Autres	5,2
Impôt différé actif sur reports déficitaires non comptabilisé	50,4

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

2.8 Variation des Capitaux Propres part du Groupe (en M€)

	Capital	Prime	Réserves consolidées	Total
Capitaux propres au 31 décembre 1997 . . .	2,6	82,1	422,9	507,6
Dividendes versés par JCDecaux SA			(228,7)	(228,7)
Résultat de l'exercice			74,6	74,6
Variation des écarts de conversion			(2,3)	(2,3)
Capitaux propres au 31 décembre 1998 . . .	2,6	82,1	266,5	351,2
Changements de méthode.			37,2	37,2
Résultat de l'exercice			59,7	59,7
Variation des écarts de conversion			0,5	0,5
Capitaux propres au 31 décembre 1999 . . .	2,6	82,1	363,9	448,6
Augmentation de capital de JCDecaux SA (*).	0,1	162,1		162,2
Changements de méthode.			18,9	18,9
Résultat de l'exercice			20,4	20,4
Dividendes versés			(25,6)	(25,6)
Variation des écarts de conversion			(0,6)	(0,6)
Capitaux Propres au 31 décembre 2000 . . .	2,7	244,2	377,0	623,9

(*) JCDecaux SA a procédé à une augmentation de ses capitaux propres de 162,1 M€ destinée à rémunérer l'apport de titres effectué par JCD Holding et d'autres minoritaires.

Le capital social de 2 685 962 euros est composé au 31 décembre 2000 de 176 187 464 actions entièrement libérées contre 170 957 actions en 1999, la société ayant procédé en 2000 à une division par mille des actions composant le capital social.

L'impact des changements de méthode de 37,2 M€ en 1999 se décompose comme suit :

Ajustement des durées d'amortissement du mobilier urbain sur 4 et 7 ans :	
Impact sur l'amortissement.	43,4
Impact sur l'impôt différé	(8,2)
Prise en compte exhaustive des impôts différés actif sur décalages temporaires et retraitements.	
	2
TOTAL impact changements de méthode	37,2

En 2000 l'impact des changements de méthode de 18,9 M€ sur les réserves d'ouverture (part du Groupe) correspond à l'activation des frais de maintenance pour 6,9 M€ sur la France et pour 12 M€ sur les filiales étrangères.

2.9 Variation des capitaux propres minoritaires (en M€)

	1998	1999	2000
Capitaux propres minoritaires au 1er janvier	36,3	34,1	53,3
Résultat de l'exercice	12,3	12,8	18,7
Distribution de dividendes	(10,2)	(9,1)	(9,5)
Variation des écarts de conversion	(0,2)	0,1	—
Variation de périmètre	(4,1)	2,6	(18,1)
Changements de méthode.	—	12,8	3,1
	34,1	53,3	47,5
Capitaux propres minoritaires au 31 décembre	34,1	53,3	47,5

L'impact des changements de méthode de 12,8 M€ en 1999 se décompose comme suit :

Ajustement des durées d'amortissement du mobilier urbain sur 4 et 7 ans :		
Impact sur l'amortissement.		13,2
Impact sur l'impôt différé		(0,6)
Prise en compte exhaustive des impôts différés actif sur décalages temporaires et retraitements.		0,2
		12,8
TOTAL impact changements de méthode		12,8

En 2000, l'impact des changements de méthode de 3,1 M€ sur les réserves d'ouverture (part des minoritaires) correspond à l'activation des frais de maintenance pour 1,9 M€ sur la France et pour 1,2 M€ sur les filiales étrangères.

2.10 Provisions pour risques et charges (en M€)

Les provisions pour risques et charges se décomposent comme suit :

	31/12/00	31/12/99	31/12/98
Provisions pour risques et charges.	66,7	53,0	33,0
Provisions pour indemnités de fin de carrière	6,4	4,6	0,3
	73,1	57,6	33,3
TOTAL	73,1	57,6	33,3

Détail des provisions pour risques et charges (en M€) :

	31/12/00	31/12/99	31/12/98
Risque démontage (*).	36,2	28,8	25,6
Autres (**).	30,5	24,2	7,4
	66,7	53,0	33,0
TOTAL	66,7	53,0	33,0

(*) 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'oeuvre, coût de la destruction et réfection des sols).

Les provisions pour démontage sont étalées sur la durée des concessions. A l'échéance de la concession, le coût de démontage est provisionné à 100 %.

(**) Les autres provisions sont notamment constituées de provisions pour litiges pour un montant de 10M€ au 31 décembre 2000.

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

Variation des provisions pour risques et charges (en M€)

	31/12/99	Dotations	Reprises	Mouvements de périmètre	31/12/00
Total provisions risques et charges	57,6	37,4	(25,1)	3,2	73,1

2.11 Dettes financières (en M€)

	31/12/2000	31/12/1999	31/12/1998
Emprunts auprès des établissements de crédit	1 267,9	1 035,7	51,9
- dont emprunt acquisition pôle MCPE	—	762,2	—
Emprunts crédit bail	10,6	12,5	—
Emprunts et dettes financières divers	9,4	25,2	19,2
TOTAL	1 287,9	1 073,4	71,1

Les dettes financières sont composées principalement de dettes contractées auprès des établissements de crédit. Les principaux emprunts au 31 décembre 2000 concernent les pays suivants : la France avec un emprunt de 1 130 M€, permettant de financer l'acquisition du pôle MCPE et Affichage Holding et un emprunt de 10,5 M€ pour le financement d'un immeuble en crédit-bail, les Etats-Unis pour 43 M€, le Danemark pour 17,4 M€, l'Espagne pour 8 M€, l'Australie pour 26 M€, la Grande Bretagne pour 7 M€, l'Allemagne pour 12,3 M€ et l'Italie pour 3,9 M€.

JCDecaux SA a mis en place le 6 septembre 2000 un crédit syndiqué de 1,37 milliards d'euros pour refinancer sa dette existante et assurer ses développements futurs. Ce crédit a une maturité de 5 ans.

Les emprunts et dettes financières divers comprennent les intérêts sur les emprunts auprès des établissements de crédit, les emprunts auprès d'associés et les intérêts sur les emprunts et dettes financières divers.

Echéances des dettes financières (en M€)

	31/12/2000	31/12/1999
Echéance à moins d'un an	135,4	144,2
Echéance à plus d'un an et moins de 5 ans	1 115,0	901,8
Echéance à plus de 5 ans	37,5	27,4
TOTAL	1 287,9	1 073,4

Ventilation des dettes financières par devises (en M€)

	31/12/2000	31/12/1999
Euro	1 190,1	985,1
Dollar US.	43,0	43,8
Couronne danoise	17,4	19,9
Couronne norvégienne	2,5	
Dollar australien	26,6	11,6
Livre sterling.	8,2	11,7
Dollar singapourien	0,1	1,3
TOTAL	<u>1 287,9</u>	<u>1 073,4</u>

Ventilation des dettes financières taux fixe / taux variable (en M€)

	31/12/2000	31/12/1999
Taux fixe	5,6	16,6
Taux variable *	1 282,3	1 056,8
TOTAL	<u>1 287,9</u>	<u>1 073,4</u>

* La dette à taux variable fait l'objet de couvertures décrites en note 4.1. ci-dessous.

3. COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RESULTAT

3.1 Charges d'exploitation (en M€)

	2000	1999	1998
Consommations, charges externes et autres charges d'exploitation nettes	(712,4)	(426,6)	(173,3)
Impôts et taxes.	(34,9)	(20,7)	(11,1)
Salaires et charges sociales.	(284,3)	(205)	(141,4)
Dotations aux amortissements et provisions nettes des reprises	(147,7)	(97,5)	(88,2)
TOTAL	<u>(1 179,3)</u>	<u>(749,8)</u>	<u>(414,0)</u>

3.2 Résultat financier (en M€)

	2000	1999	1998
	Decaux	MCPE	Decaux
Intérêts sur dette nette de trésorerie	(56,7)	(23,3)	(9,0)
Différences de change nettes. . .	(2,0)	(0,3)	(2,3)
Autres.	(2,6)	0,6	17,1
TOTAL	<u>(61,3)</u>	<u>(2,1)</u>	<u>5,8</u>

La dette contractée dans le cadre de l'acquisition du pôle MCPE a généré chez JCDecaux SA des frais financiers pour un montant de 43,5 M€ en 2000, contre 14,1 M€ en 1999.

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

La revalorisation des créances en dollars américains et dollars australiens, détenues par la société JCDecaux Mobilier Urbain a généré en 1999 des gains de change latents pour un montant de 4,1 M€.

La dégradation des autres éléments du résultat financier en 2000 provient essentiellement des escomptes accordés pour un montant de 3 M€ notamment en Europe du Nord et en Europe du Sud.

3.3 Résultat exceptionnel (en M€)

	1999			1998	
	2000	Decaux	MCPE	Decaux	
Charges nettes sur opérations de gestion	(7,5)	0,7	(1,8)	(1,1)	(1,5)
Produits nets sur opérations en capital	2,5	(0,6)	0,2	(0,4)	0,5
Reprises nettes et autres produits nets	7,3	—	—	—	4,8
TOTAL	2,3	0,1	(1,6)	(1,5)	3,8

Le poste «charges nettes sur opérations de gestion» en 2000 comprend, pour l'essentiel le versement de primes d'ancienneté pour 2,5 M€, des charges exceptionnelles liées à la provision tempête pour 1,3 M€, des litiges commerciaux pour 1,4 M€, des charges nettes sur exercices antérieurs pour 3 M€ et d'autres produits nets pour 0,7 M€.

Les reprises nettes et autres produits nets sont composés principalement en 2000 de 10,5 M€ et 0,1 M€ d'une reprise exceptionnelle d'amortissement sur JCD Belgique et JCD Luxembourg, correspondant à l'impact du rattrapage de la durée d'amortissement du mobilier urbain de 5 ans (durée en social) à 10 ans (durée Groupe). Cette reprise est partiellement compensée par une dotation au provision pour démontage des mobiliers urbains pour 6,6 M€. Le Groupe a en effet décidé d'homogénéiser sur l'ensemble des sociétés Mobilier Urbain le principe de comptabilisation d'une provision pour démontage.

A ces deux éléments principaux viennent s'ajouter une dotation aux provisions pour litige de 1,3 M€ sur JCDecaux Mobilier Urbain, une reprise de provision tempête de 1,9 M€ sur Avenir (les coûts de 1,2 M€ étant comptabilisés en charges exceptionnelles de gestion), et d'autres produits nets pour 2,7 M€.

3.4 Impôts sur les bénéfices (en M€)

	1999			1998	
	2000	Decaux	MCPE	Decaux	
Impôts courants	(81,1)	(62,8)	(12,5)	(75,3)	(64,8)
Impôts différés	(13,9)	(2,9)	5,6	2,7	0,7
TOTAL	(95,0)	(65,7)	(6,9)	(72,6)	(64,1)

Le niveau du taux effectif d'impôt avant dotation aux amortissements des écarts d'acquisition passe de 42,2 % sur l'année 1998 à 42,9 % sur l'année 1999 et 51,7 % sur l'exercice 2000. Il s'explique principalement par le montant de l'impôt sur déficits fiscaux non activé de l'ordre de 36 M€.

Son augmentation sur 2000 est liée principalement à la non activation de résultats déficitaires, notamment sur les Etats-Unis et sur JCDecaux SA.

Rationalisation de la charge d'impôt (en M€)

	2000
Résultat net de l'ensemble consolidé	39,1
Charge d'impôt	(95,0)
Résultat avant impôt	134,1
Amortissement des écarts d'acquisition	49,7
Moins-values à long terme	2,9
Eléments non imposables	(14,5)
Amortissements excédentaires	14,2
Quote-Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	(4,9)
Régime société mère/filiales	(0,4)
Divers	0,3
Résultat avant impôt soumis au taux de droit commun	181,4
Taux d'impôt pondéré du groupe	36,13%
Impôt théorique	(65,5)
Impôts différés actif sur déficits 2000 non reconnus	(36,5)
Impôts locaux complémentaires	(1,3)
Consommation des déficits fiscaux antérieurs non reconnus	5,6
Correction d'impôts différés sur exercices antérieurs	3,2
Divers	(0,5)
Impôt total calculé	(95,0)
Impôt enregistré	(95,0)

3.5 Effectifs et rémunération des organes de Direction

Sur l'exercice 2000, les effectifs atteignent 6 788 personnes.

Ils atteignaient 6 464 personnes (dont 1 819 pour les filiales du périmètre MCPE) sur l'exercice 1999, contre 4 224 personnes sur l'exercice 1998.

Le montant versé aux cinq personnes les mieux rémunérées en 2000 s'élève à 0,75 M€.

4. COMMENTAIRES SUR LES ENGAGEMENTS HORS-BILAN**4.1 Instruments financiers**

Afin de couvrir le risque lié à l'emprunt ayant servi à financer l'acquisition du pôle MCPE, le Groupe utilise depuis 1999 différents instruments financiers notamment des CAP.

Les positions sur options contractées par le Groupe au 31 décembre 2000 sont les suivantes :

- Achat de CAP couvrant 1 059 M€ au taux d'exercice moyen de 4,8 % avec des échéances comprises entre mars 2001 et décembre 2003.
- Vente de CAP en base de 114 M€ au taux d'exercice de 6,3 % avec des échéances comprises entre septembre 2002 et mars 2003.

4.2 Engagements hors bilan

1998

- Engagements donnés
 - Engagements sur opérations de couverture de change (ventes à terme) pour un montant de 23,6 M€.
 - Cautions accordées aux établissements bancaires pour un montant de 78,1 M€.

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

1999

- Engagements donnés

Pour sûreté de ses engagements aux termes de la Convention de prêt de 800,4 M€, le Groupe a consenti en nantissement la totalité des titres du pôle MCPE acquis, soit un montant de 876,6 M€ (hors frais d'acquisition de 8,3 M€).

Par ailleurs, et afin de couvrir le risque lié à cet emprunt, le Groupe a souscrit les contrats de couverture suivants :

- Engagements liés à des FRA couvrant 0,2 milliards d'euros au taux fixe moyen de 3,27 % à échéance mars 2000.
- Engagements sur opérations de couverture de change (ventes à terme) pour un montant de 40,2 M€.
- Engagements en matière de pension retraite pour un montant de 0,02 M€.
- Cautions accordées aux établissements bancaires pour un montant de 136,3 M€.
- Autres cautions et engagements donnés pour un montant de 48,9 M€.

- Engagements reçus

- Sûretés sur prêts AFA Danemark pour un montant de 13,4 M€.
- Cautions reçues des établissements bancaires pour un montant de 4 M€.
- Crédit Bail immobilier Avenir pour un montant de 1,1 M€.
- Autres cautions et engagements reçus pour un montant de 0,5 M€.
- JCDecaux SA bénéficie d'une promesse de rachat par JC Decaux Holding des titres Affichage Holding dans l'hypothèse où l'emprunt de 800,4 M€ ne serait pas remboursé au 1er mai 2001. En cas de levée de la promesse par JCDecaux SA, ce transfert serait réalisé pour 145,9 M€, le prix de cession, minoré de tout dividende qui aurait été payé par Affichage Holding.

2000

- Engagements donnés

- La société JCDecaux SA s'est portée garante du remboursement du tirage effectué par sa filiale Sky sites Inc auprès du syndicat de banques pour un montant de 40 MUSD.
- Engagements sur opérations de couverture de change pour un montant de 154,5 M€.
- Cautions accordées aux établissements bancaires pour un montant de 338,8 M€.
- Crédit bail mobilier pour un montant de 108 M€.
- Crédit bail immobilier pour un montant de 23 M€.
- Autres engagements donnés pour un montant de 26,7 M€.

- Engagements reçus

- Engagements sur opérations de couverture de change pour un montant de 154,5 M€.
- Crédit bail immobilier pour un montant de 0,5 M€.
- Ligne de crédit disponible auprès du syndicat de banques pour JC Decaux S.A. de 199 M€.
- Autres engagements reçus 23,5 M€.
- Avals et cautions reçus pour un montant de 0,3 M€.

5. INFORMATION SECTORIELLE (en M€)

5.1 Par secteur d'activité

Définition des secteurs d'activité**Mobilier urbain**

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

Affichage

L'activité Affichage couvre la publicité sur le domaine privé, qu'il s'agisse d'affichage traditionnel ou d'une publicité rétro-éclairée. Elle comprend également l'affichage lumineux type néons.

Transport

L'activité Transport couvre la publicité dans les moyens de transport qu'il s'agisse des aéroports, métros ou bus.

	Chiffre d'affaires	EBITDA ⁽¹⁾	Immobilisations Corporelles Nettes
Mobilier Urbain			
2000.	725,8	293,8	459,2
1999.	626,7	239,9	343,2
1998.	556,0	230,2	211,8
Affichage			
2000.	384,1	66,4	119,8
1999.	187,5	29,6	101,7
1998.	0,0	0,0	0,0
Transport			
2000.	307,1	27,6	21,3
1999.	118,1	10,5	16,5
1998.	0,0	0,0	0,0
Holdings			
2000.	0,1	(2,3)	13,1
1999.	0,0	0,0	0,0
1998.	0,0	0,0	0,0
Total			
2000.	1 417,1	385,5	613,4
1999.	932,3	280,0	461,4
1998.	556,0	230,2	211,8

(1) EBITDA (Résultat d'exploitation avant amortissements, dépréciations, intérêts et impôts ou Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation).

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

5.2 Par zone géographique

	Chiffre d'affaires	EBITDA	Immobilisations Corporelles Nettes
France			
2000.	581,1	174,3	218,3
1999.	441,6	145,3	163,4
1998.	301,2	121,5	91,5
Royaume-Uni			
2000.	213,4	43,3	106,0
1999.	112,5	26,8	80,7
1998.	36,0	14,0	14,9
Reste de l'Europe			
2000.	401,2	170,3	203,0
1999.	300,9	119,7	174,0
1998.	215,9	96,6	95,1
Amériques			
2000.	105,9	(8,5)	63,3
1999.	37,4	(10,9)	22,9
1998.	2,9	0,2	5,3
Asie / Pacifique			
2000.	115,5	6,1	22,8
1999.	39,9	(0,9)	20,4
1998.	0,0	(2,1)	5,0
Total			
2000.	1 417,1	385,5	613,4
1999.	932,3	280,0	461,4
1998.	556,0	230,2	211,8

6. PERIMETRE DE CONSOLIDATION

6.1 Identité de la société mère

Au 31 décembre 2000, JCDecaux SA est détenue à 96,38 % par la société JCDecaux Holding.

6.2 Liste des sociétés consolidées

Voir pages suivantes.

6.2 PERIMETRE DE CONSOLIDATION AU 31 DECEMBRE 2000

Sociétés	Pays	% d'intérêt	Méthode de consolidation	% de contrôle
ACTIVITE MOBILIER URBAIN				
JCDECAUX Services	France	92,02	Glob.	92,02
DPE	France	100,0	Glob.	100,00
JC DECAUX MOBILIER URBAIN	France	100,00	Glob.	100,00
RPMU	France	92,00	Glob.	92,00
SEMUP	France	100,00	Glob.	100,00
SOMUPI	France	66,00	Glob.	66,00
SOPACT	France	50,00	Glob.	50,00
ACM GMBH	Allemagne	100,00	Glob.	100,00
GEORG ZACHARIAS	Allemagne	50,00	Glob.	50,00
ILG AUSSENWERBUNG	Allemagne	25,00	Glob.	50,00
ILG AUSSENWERBUNG ZACHARIAS	Allemagne	10,00	Equiv.	20,00
ILG WERBE	Allemagne	25,00	Glob.	50,00
JCD DEUTSCHLAND	Allemagne	100,00	Glob.	100,00
JCD STADTMOBLIERUNG DRESDEN	Allemagne	100,00	Glob.	100,00
KLETT DECA UX	Allemagne	50,00	Glob.	50,00
MGM ALLEMAGNE	Allemagne	50,00	Glob.	50,00
NUREMBERG	Allemagne	17,50	Equiv.	35,00
R.G.S	Allemagne	25,00	Glob.	50,00
JCD UK	Angleterre	100,00	Glob.	100,00
JC DECAUX AUSTRALIA	Australie	100,00	Glob.	100,00
JCD STREET FURNITURE AUSTRALIA	Australie	100,00	Glob.	100,00
ACM BELGIQUE	Belgique	100,00	Glob.	100,00
JCD BELGIQUE	Belgique	100,00	Glob.	100,00
JCD DO BRASIL	Brésil	100,00	Glob.	100,00
AFA JC DECAUX	Danemark	50,00	Glob.	50,00
CEMUMA SA	Espagne	75,00	Glob.	75,00
MOBILIARIO URBANO	Espagne	100,00	Glob.	100,00
JC DECAUX BOSTON	Etats-Unis	100,00	Glob.	100,00
JC DECAUX CHICAGO	Etats-Unis	100,00	Glob.	100,00
JC DECAUX INTERACTIVE	Etats-Unis	100,00	Glob.	100,00
JC DECAUX MALLSCAPE	Etats-Unis	100,00	Glob.	100,00
JC DECAUX NEW-YORK	Etats-Unis	70,00	Glob.	70,00
JC DECAUX UNITED STREET FURNITURE	Etats-Unis	100,00	Glob.	100,00
JC DECAUX USA	Etats-Unis	100,00	Glob.	100,00
FAMIGRO	Finlande	46,81	Glob.	46,81
MAXIMEDIA	Finlande	65,08	Glob.	95,41
JC DECAUX ATLANTIS	Iles Canaries	85,00	Glob.	85,00
AFA JCD ICELAND	Islande	50,00	Glob.	100,00
JCD LUXEMBOURG	Luxembourg	100,00	Glob.	100,00
JCD NORGE	Norvège	83,09	Glob.	93,80
PUBLEX BV	Pays-Bas	50,00	Glob.	50,00
V.K.M BV	Pays-Bas	50,00	Glob.	50,00
JCD PORTUGAL	Portugal	100,00	Glob.	100,00
PURBE	Portugal	100,00	Glob.	100,00
JC DECAUX MESTSKY MOBILIAR	Rep. Tchèque	100,00	Glob.	100,00
JCD SINGAPOUR	Singapour	100,00	Glob.	100,00
JCD SLOVAQUIE	Slovaquie	100,00	Glob.	100,00
ARE	Suède	96,46	Glob.	100,00
ARE JC DECAUX AB	Suède	96,46	Glob.	100,00
JCD SVERIGE	Suède	96,46	Glob.	96,46
JC DECAUX THAILANDE	Thaïlande	95,15	Glob.	95,15
ACTIVITE AFFICHAGE				
AGUESSEAU	France	100,00	Glob.	100,00
AVENIR	France	100,00	Glob.	100,00
JCD PUBLICITE LUMINEUSE	France	100,00	Glob.	100,00
JCD MEDIA SERVICES	Angleterre	100,00	Glob.	100,00
GROUPE MARGINHELP	Angleterre	100,00	Glob.	100,00

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

Sociétés	Pays	% d'intérêt	Méthode de consolidation	% de contrôle
MILLS & ALLEN Group	Angleterre	100,00	Glob.	100,00
MILLS & ALLEN Holdings	Angleterre	100,00	Glob.	100,00
MILLS & ALLEN Ltd	Angleterre	100,00	Glob.	100,00
PEARL & DEAN GROUP PTY LTD	Australie	100,00	Glob.	100,00
PEARL & DEAN PTY LTD	Australie	100,00	Glob.	100,00
PEARL & DEAN FIJI LTD	Australie	100,00	Glob.	100,00
BELGOPOSTER	Belgique	100,00	Glob.	100,00
JCD PUBLICITE LUMINEUSE	Belgique	100,00	Glob.	100,00
AFFICHAGE NOUVEL ESSOR	Belgique	61,15	Glob.	61,15
AVENIR CENTRO	Espagne	100,00	Glob.	100,00
AVENIR ESPANA	Espagne	100,00	Glob.	100,00
JCD PUBLICIDAD LUMINOSA	Espagne	99,98	Glob.	99,98
AVENIR BUDAPEST	Hongrie	55,00	Glob.	55,00
JCD NEONLIGHT BUDAPEST	Hongrie	82,00	Glob.	100,00
DAVID ALLEN NORTH	Irlande	100,00	Glob.	100,00
DAVID ALLEN POSTER SITES	Irlande	100,00	Glob.	100,00
DAVID ALLEN SOUTH	Irlande	100,00	Glob.	100,00
SOLAR SUMMERBOOK	Irlande	100,00	Glob.	100,00
JCD COMMUNICATION EXTERIEURE Italie	Italie	100,00	Glob.	100,00
EUROPOSTER BV	Pays-bas	100,00	Glob.	100,00
JCD NEONLIGHT POLSKA	Pologne	60,00	Glob.	60,00
AVENIR PRAHA	Rep. Tchèque	90,00	Glob.	90,00
JCD NEONLIGHT SRO	Rep. Tchèque	100,00	Glob.	100,00
JCD NEONLIGHT HOLDINGS PTE LTD	Singapour	100,00	Glob.	100,00
AUTEDOR	Portugal	22,95	Equiv.	22,95
CENTECO	Portugal	31,50	Equiv.	31,50
PLACA	Portugal	45,00	Equiv.	45,00
RED PORTUGUESA PUBLICIDAD	Portugal	34,93	Equiv.	34,95
AFFICHAGE Holding	Suisse	30,00	Equiv.	30,00
JCD NEONLIGHT SIAM CO	Thaïlande	49,49	Glob.	95,13
ACTIVITE TRANSPORT				
AP Systèmes	France	99,58	Glob.	99,58
JCD COMMUNICATION T	France	100,00	Glob.	100,00
RCI	France	100,00	Glob.	100,00
SKY SITES Ltd.	Angleterre	100,00	Glob.	100,00
MILLS & ALLEN GROUP PTY LTD	Australie	100,00	Glob.	100,00
PEARL & DEAN PUBLISHING	Australie	100,00	Glob.	100,00
AEROSISTEMAS	Espagne	99,53	Glob.	99,95
JCD TRANSPORT MEDIA INC.	Etats-Unis	100,00	Glob.	100,00
SKY SITES INC.	Etats-Unis	100,00	Glob.	100,00
JCD PEARL & DEAN LTD HONG-KONG	Hong-Kong	100,00	Glob.	100,00
JCD PEARL & DEAN SDN BHD	Malaisie	100,00	Glob.	100,00
APS POLSKA	Pologne	99,58	Glob.	100,00
APS PUBLICIDADE	Portugal	84,65	Glob.	85,00
JCD PEARL & DEAN PTE LTD	Singapour	100,00	Glob.	100,00
POSTERADS	Singapour	100,00	Glob.	100,00
HOLDINGS				
JC DECAUX S.A.	Mère	100,00	Mère	100,00
JCD UNITED LTD	Angleterre	100,00	Glob.	100,00
JCD ASIA SINGAPORE PTE	Singapour	100,00	Glob.	100,00

Note:

Glob. = intégration globale

Equiv. = Mise en équivalence

7. EVENEMENTS SUBSEQUENTS

En vue de l'introduction en bourse prévue en 2001, le Groupe va poursuivre sa restructuration interne conduisant à la simplification de l'organigramme juridique.

En France, ceci se traduira par la fusion-absorption de JCD Communication (T), RPMU et JCDecaux Services dans JCDecaux SA.

Dans le cadre de l'introduction en bourse que la société a l'intention de réaliser, une augmentation de capital et des options de souscription d'actions réservées aux salariés sont envisagées.

8. COMPTES PRO FORMA**8.1 Compte de résultat réel 2000 et pro forma 1999 & 1998**

	en millions d'euros		
	Réel 2000	Pro forma 1999	Pro forma 1998
CHIFFRE D'AFFAIRES NET	1 417	1 208	1 076
Charges d'exploitation nettes hors dotations aux amortissements et provisions	(1 032)	(894)	(783)
Dotations aux amortissements et provisions nettes	(148)	(117)	(108)
TOTAL DES CHARGES D'EXPLOITATION	(1 179)	(1 011)	(891)
RESULTAT D'EXPLOITATION	238	197	185
RESULTAT FINANCIER	(61)	(31)	(30)
RESULTAT COURANT	177	166	155
Résultat exceptionnel	2	(3)	4
Impôts sur les bénéfices.	(95)	(72)	(61)
RESULTAT NET AVANT RESULTAT DES SOCIETES MISES EN EQUIVALENCE ET AMORTISSEMENT DES ECARTS D'ACQUISITION.	84	90	98
Quote-part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	5	3	1
Dotations aux amortissements des écarts d'acquisition	(50)	(45)	(40)
RESULTAT NET DE L'ENSEMBLE CONSOLIDE	39	48	59
- Part des minoritaires dans le résultat	19	12,5	13
- Part du Groupe.	20	36	45
- Bénéfice net par action (en milliers d'euros).	0,000116	0,21	0,27
- Nombre d'actions	176 187 464	170 957	170 957

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

8.2. Conventions retenues

Pour l'exercice 1998, les comptes pro forma sont issus des comptes consolidés de JCDecaux SA, d'une part et de MCPE d'autre part.

Pour l'exercice 1999, les comptes pro forma sont issus des comptes consolidés de JCDecaux SA¹ d'une part et des comptes consolidés de MCPE pour le premier semestre 1999 d'autre part.

Les conventions retenues pour l'établissement des comptes pro forma 1999 et 1998 sont les suivantes :

- Acquisition du pôle MCPE considérée comme effective depuis le 1er janvier 1998, les autres variations de périmètre, jugées non significatives, n'ont pas été reportées sur 1998,
- L'écart d'acquisition constaté dans les comptes historiques en 1999 a été reporté à l'identique sur 1998 et 1999, les comptes consolidés du pôle MCPE ayant été préalablement retraités des écritures d'homogénéisation avec les règles Groupe. La charge d'amortissement annuelle correspond à l'amortissement de l'écart d'acquisition sur 20 ans,
- Le financement de l'acquisition du pôle MCPE, emprunt et fonds propres, est réputé réalisé dès le 1er janvier 1998. Les charges financières sur emprunts ainsi que le manque à gagner sur le financement par fonds propres ont été enregistrés sur les deux exercices,
- Les comptes consolidés de MCPE sur 1998 et 1999 ont été corrigés dans le cadre des comptes pro forma de deux opérations exceptionnelles (impact de la cession des titres de participation COMAREG et distribution d'un dividende extraordinaire) réalisées avant la cession effective à JCDecaux SA le 29 juin 1999,
- Les frais concourant à l'amélioration et à la prolongation de la durée de vie du mobilier urbain en France sont capitalisés et amortis sur 3,6 années dans les comptes pro forma,
- Les nouvelles dispositions du règlement n°99-02 du Comité de Réglementation Comptable, relatives aux comptes consolidés, ont été appliquées rétroactivement sur les exercices 1998 et 1999.

Détail des ajustements pro forma

(en M€)	1998				1999			
	JC Decaux S.A.	MCPE Pro forma combiné	Ajustements Pro forma	Pro forma	JC Decaux SA	MCPE Pro forma combiné	Ajustements Pro forma	Pro forma
Chiffre d'affaires net	556	520	—	1 076	626	582	—	1 208
Résultat d'exploitation	142	37	6	185	151	43	3	197 (1)
Résultat financier	6	31	(67)	(30)	(11)	(3)	(17)	(31) (2)
Résultat exceptionnel	4	41	(41)	4	—	(3)	—	(3) (3)
Impôts sur les bénéfices	(64)	(16)	19	(61)	(66)	(12)	6	(72) (4)
Quote-part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	1	—	—	1	2	—	—	2
Amortissement des écarts d'acquisition	(1)	(2)	(37)	(40)	(5)	(20)	(20)	(45) (5)
Résultat net	87	91	(120)	59	71	5	(28)	48

1 Périmètre JC Decaux S.A. intégrant globalement MCPE à compter du 1^{er} juillet 1999.

CHAPITRE 5
PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

(en M€)	1998	1999
— Réduction des charges d'exploitation liée à l'activation des frais de maintenance sur les sociétés du pôle Decaux en France	(1)	3
— Homogénéisation de la durée d'amortissement du Mobilier Urbain sur une période de 7 à 10 ans	7	—
(1) Résultat d'exploitation	<u>6</u>	<u>3</u>
— Intérêts financiers liés à l'emprunt contracté pour l'acquisition du pôle MCPE, sur une année pleine en 1998 et sur 6 mois en 1999, l'emprunt étant considéré rétroactif au 1er janvier 1998	(39)	(17)
— Annulation du dividende exceptionnel reçu de Comareg	(28)	—
(2) Résultat financier net	<u>(67)</u>	<u>(17)</u>
— Homogénéisation de la durée d'amortissement du Mobilier Urbain sur une période de 7 à 10 ans	(3)	—
— Annulation de la plus-value de cession des titres de participation COMAREG	(38)	—
(3) Résultat exceptionnel	<u>(41)</u>	<u>—</u>
— Impôts différés calculés sur les ajustements décrits ci-dessus	19	6
(4) Impôts	<u>19</u>	<u>6</u>
— Amortissement de l'écart d'acquisition lié au rachat du pôle MCPE sur une année pleine en 1998 et sur 6 mois en 1999	(37)	(20)
(5) Amortissement des écarts d'acquisition	<u>(37)</u>	<u>(20)</u>

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

5.2.2 Comptes consolidés pro forma

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDES PRO FORMA DE JCDECAUX SA

A l'occasion de l'introduction en bourse de la société JCDecaux, il nous a été demandé par le directoire de la société d'examiner les comptes consolidés pro forma du groupe incluant le pôle Avenir pour les exercices clos les 31 décembre 1998 et 1999, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Ces comptes pro forma ont été établis sous la responsabilité du directoire, sur la base des conventions décrites en Note 1 et à partir:

- des comptes consolidés du groupe JCDecaux SA pour ces deux exercices, tels qu'ils ont été audités selon les normes de la profession et certifiés sans réserve ni observation par le commissaire aux comptes, le cabinet Fiduciaire Révisunion, et l'auditeur contractuel, le cabinet Barbier Frinault & Associés-Arthur Andersen.
- des comptes consolidés pro forma du pôle Avenir pour l'exercice 1998, extraits des comptes consolidés du groupe Havas Media Communication, qui ont fait l'objet d'un examen selon les normes de la profession et d'une attestation sans observation des commissaires aux comptes du groupe Havas, les cabinets Constantin Associés et Salustro Reydel,
- des comptes consolidés du pôle Avenir pour l'exercice 1999, tels qu'ils ont été établis à partir des comptes des sociétés du pôle Avenir audités selon les normes de la profession et certifiés par leurs commissaires aux comptes respectifs et repris, à compter du 1^{er} juillet 1999, dans les comptes consolidés du groupe JCDecaux mentionnés ci-dessus.

Nous avons effectué notre examen des comptes pro forma selon les normes de la profession. Ces normes requièrent une évaluation des procédures mises en place pour le choix des conventions et l'établissement des comptes pro forma ainsi que la mise en oeuvre de diligences permettant d'apprécier si les conventions retenues sont cohérentes, de vérifier la traduction chiffrée de ces dernières et de s'assurer de la conformité des méthodes comptables utilisées avec celles suivies pour l'établissement des derniers comptes consolidés de JCDecaux SA.

Les comptes pro forma ont vocation à traduire l'effet sur des informations financières historiques de la réalisation à une date antérieure à sa survenance réelle d'une opération donnée. Ils ne sont toutefois pas nécessairement représentatifs de la situation financière ou des performances qui auraient été constatées si l'opération était survenue à une date antérieure à celle de sa survenance réelle.

A notre avis, les conventions retenues constituent une base raisonnable pour présenter les effets dans les comptes consolidés pro forma de JCDecaux SA de l'intégration du pôle Avenir à compter du 1^{er} janvier 1998, leur traduction chiffrée est appropriée et les méthodes comptables utilisées sont conformes à celles suivies pour l'établissement des comptes consolidés de JCDecaux SA.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 9 mars 2001

Les commissaires aux comptes

Barbier Frinault & Autres — Arthur Andersen
Patrick Malvoisin

Fiduciaire Révisunion
Yves Floury

BILAN REEL AU 31 DECEMBRE 2000 ET PRO FORMA AU 31 DECEMBRE 1999 ET 1998

ACTIF	en millions de francs français		
	Réel 31/12/2000	Pro forma 31/12/1999	Pro forma 31/12/1998
Immobilisations incorporelles (net)	180	100	30
Ecarts d'acquisition (net)	6 818	5 807	5 116
Immobilisations corporelles (net)	4 023	3 118	2 538
Immobilisations financières (net)	615	393	277
ACTIF IMMOBILISE	11 636	9 418	7 961
Stocks (net)	626	450	447
Clients (net)	2 556	2 110	1 816
Autres créances (net)	1 181	1 049	711
Valeurs mobilières de placement (net)	182	152	521
Disponibilités nettes	275	197	155
Impôts différés actif	155	163	196
ACTIF CIRCULANT	4 975	4 121	3 846
TOTAL ACTIF	16 611	13 539	11 807

ACTIF	en millions d'euros		
	Réel 31/12/2000	Pro forma 31/12/1999	Pro forma 31/12/1998
Immobilisations incorporelles (net)	28	15	4
Ecarts d'acquisition (net)	1 039	885	780
Immobilisations corporelles (net)	613	475	387
Immobilisations financières (net)	94	60	42
ACTIF IMMOBILISE	1 774	1 435	1 213
Stocks (net)	95	69	68
Clients (net)	390	322	277
Autres créances (net)	180	160	109
Valeurs mobilières de placement (net)	28	23	80
Disponibilités nettes	42	30	24
Impôts différés actif	24	25	30
ACTIF CIRCULANT	758	629	588
TOTAL ACTIF	2 532	2 064	1 801

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

PASSIF	en millions de francs français		
	Réel 31/12/2000	Pro forma 31/12/1999	Pro forma 31/12/1998
CAPITAUX PROPRES			
Capital	18	17	17
Primes de fusion.	1 602	539	539
Réserve légale	2	2	2
Report à nouveau	799	902	403
Réserves consolidées/Part du groupe	1 538	685	1 169
Résultat/Part du groupe	134	233	298
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
CAPITAUX PROPRES DU GROUPE	4 093	2 378	2 428
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>
Intérêts minoritaires	311	355	315
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
CAPITAUX PROPRES DE L'ENSEMBLE	4 404	2 733	2 743
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
PROVISIONS POUR RISQUES & CHARGES	480	378	349
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
IMPÔTS DIFFERES PASSIF	195	96	137
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
DETTES			
Emprunts & dettes auprès des établissements de crédit.	8 386	7 221	6 305
Emprunts & dettes financières divers	62	158	143
Fournisseurs	1 320	1 087	1 065
Autres dettes	1 764	1 866	1 065
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
DETTES	11 532	10 332	8 577
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>
TOTAL PASSIF.	16 611	13 539	11 807
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

PASSIF	en millions d'euros		
	Réel 31/12/2000	Pro forma 31/12/1999	Pro forma 31/12/1998
CAPITAUX PROPRES			
Capital	3	3	3
Primes de fusion	244	82	82
Report à nouveau	122	137	62
Réserves consolidées/Part du groupe	235	105	178
Résultat/Part du groupe	20	36	45
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
CAPITAUX PROPRES DU GROUPE	624	363	370
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>
Intérêts minoritaires	47	54	48
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
CAPITAUX PROPRES DE L'ENSEMBLE	671	417	418
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
PROVISIONS POUR RISQUES & CHARGES	73	58	53
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
IMPÔTS DIFFERES PASSIF	30	15	21
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
DETTES			
Emprunts & dettes auprès des établissements de crédit	1 279	1 101	961
Emprunts & dettes financières divers	9	24	22
Fournisseurs	201	165	163
Autres dettes	269	284	163
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
DETTES	1 758	1 574	1 309
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
TOTAL PASSIF	2 532	2 064	1 801
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

COMPTE DE RESULTAT REEL 2000 ET PRO FORMA 1999 ET 1998	en millions de francs français		
	Réel 2000	Pro forma 1999	Pro forma 1998
CHIFFRE D’AFFAIRES NET	9 296	7 925	7 055
Charges d’exploitation nettes hors dotations aux amortissements et provisions	(6 767)	(5 862)	(5 131)
Dotations aux amortissements et aux provisions nettes . . .	(969)	(768)	(708)
TOTAL DES CHARGES D’EXPLOITATION	(7 736)	(6 630)	(5 839)
RESULTAT D’EXPLOITATION	1 560	1 295	1 216
RESULTAT FINANCIER	(402)	(207)	(198)
RESULTAT COURANT	1 158	1 088	1 018
Résultat exceptionnel	15	(20)	28
Impôts sur les bénéfices.	(623)	(474)	(402)
RESULTAT NET AVANT RESULTAT DES SOCIETES MISES EN EQUIVALENCE ET AMORTISSEMENT DES ECARTS D’ACQUISITION	550	593	643
Quote-part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	32	16	4
Dotations aux amortissements des écarts d’acquisition	(326)	(293)	(264)
RESULTAT NET DE L’ENSEMBLE CONSOLIDE	256	315	384
- Part des minoritaires dans le résultat	122	82	86
- Part du Groupe.	134	233	298
- Bénéfice net par action (en milliers de francs) (*).	0,000762	1,36	1,74
- Nombre d’actions	176 187 464	170 957	170 957

(*) Le bénéfice net par action sur 2000 n’est pas comparable à celui de 1999 et 1998 du fait d’une augmentation du nombre d’actions sur 2000 (cf. Note 2.8).

Il est calculé sur la base du nombre d’actions en fin d’année.

COMPTE DE RESULTAT REEL 2000 ET PRO FORMA 1999 ET 1998	en millions d'euros		
	Réel 2000	Pro forma 1999	Pro forma 1998
CHIFFRE D'AFFAIRES NET	1 417	1 208	1 076
Charges d'exploitation nettes hors dotations aux amortissements et provisions	(1 032)	(894)	(783)
Dotations aux amortissements et provisions nettes	(148)	(117)	(108)
TOTAL DES CHARGES D'EXPLOITATION	(1 179)	(1 011)	(891)
RESULTAT D'EXPLOITATION	238	197	185
RESULTAT FINANCIER	(61)	(31)	(30)
RESULTAT COURANT	177	166	155
Résultat exceptionnel	2	(3)	4
Impôts sur les bénéfices.	(95)	(72)	(61)
RESULTAT NET AVANT RESULTAT DES SOCIETES MISES EN EQUIVALENCE ET AMORTISSEMENT DES ECARTS D'ACQUISITION.	84	90	98
Quote-part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	5	3	1
Dotations aux amortissements des écarts d'acquisition	(50)	(45)	(40)
RESULTAT NET DE L'ENSEMBLE CONSOLIDE	39	48	59
Part des minoritaires dans le résultat	19	12	13
Part du Groupe.	20	36	45
Bénéfice net par action (en milliers d'euros) (*).	0,000116	0,21	0,27
Nombre d'actions	176 187 464	170 957	170 957

(*) Le bénéfice net par action sur 2000 n'est pas comparable à celui de 1999 et 1998 du fait d'une augmentation du nombre d'actions sur 2000 (cf. Note 2.8).

Il est calculé sur la base du nombre d'actions en fin d'année.

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE REEL 2000 ET PRO FORMA 1999 ET 1998	en millions de francs français		
	Réel 2000	Pro forma 1999	Pro forma 1998
Résultat Net part du Groupe	134	233	298
Part des Minoritaires dans le résultat.	122	82	86
Quote Part/Résultats Sociétés mises en équivalence (% groupe). . .	(30)	(14)	(4)
Quote Part/Résultats Sociétés mises en équivalence (% minoritaires).	(2)	(2)	–
Dividends reçus des sociétés mises en équivalence	24	4	3
Participation des salariés	29	22	25
Variations des impôts différés	92	(52)	(85)
Ecart Conversion Taux Moyen/Taux Clôture	(8)	8	–
Dotation nette aux Amortissements et Provisions	1 220	1 077	943
Plus et Moins values de cession	(15)	4	(16)
CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT	1 566	1 362	1 250
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	(652)	82	(180)
FLUX NETS ISSUS DE L'EXPLOITATION	914	1 444	1 070
Acquisition d'immobilisations Incorporelles	(123)	(63)	(268)
Acquisition d'immobilisations Corporelles.	(1 552)	(1 209)	(1 046)
Acquisition d'immobilisations Financières	(1 388)	(1 168)	(235)
Variation des dettes sur immobilisations.	(144)	114	44
TOTAL Investissements	(3 207)	(2 326)	(1 505)
Cession d'immobilisations Incorporelles.	–	8	–
Cession d'immobilisations Corporelles.	77	24	39
Cession d'immobilisations Financières (Titres de participation)	11	15	339
Cession d'immobilisations Financières (Autres).	33	152	1 013
Variation des créances sur immobilisations	13	(13)	–
TOTAL Désinvestissements	134	186	1 391
FLUX ISSUS DES INVESTISSEMENTS	(3 073)	(2 140)	(114)
Distribution mise en paiement	(230)	(418)	(1 642)
Réduction des Capitaux Propres	3	(1)	–
Réduction de l'endettement.	(6 433)	(570)	(137)
BESOIN Trésorerie (FINANCEMENT)	(6 660)	(989)	(1 780)
Augmentation des Capitaux Propres	1 066	6	–
Augmentation de l'endettement	7 868	1 332	531
DEGAGEMENT de Trésorerie (FINANCEMENT)	8 934	1 338	531
FLUX ISSUS DU FINANCEMENT	2 274	349	(1 248)
Incidence des variations des cours des devises	7	20	(16)
Apport de la trésorerie des sociétés fusionnées	(39)	–	–
VARIATION DE LA TRESORERIE	83	(327)	(308)
Trésorerie d'ouverture	374 ⁽¹⁾	677	985
Trésorerie de clôture	457	350	677

(1) La différence de 24 MF entre la trésorerie de clôture pro forma 1999 et la trésorerie d'ouverture des comptes au 31 décembre 2000, correspond à l'impact sur la trésorerie au 31 décembre 1999 de l'écriture pro forma de constatation sur un an et demi (année 1998 et premier semestre 1999) du manque à gagner lié à l'emprunt MCPE (cf « conventions retenues » dans le paragraphe Comptes pro forma ci-dessous).

TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE REEL 2000 ET PRO FORMA 1999 ET 1998	en millions d'euros		
	Réel 2000	Pro forma 1999	Pro forma 1998
Résultat Net Part du Groupe	20	36	45
Part des Minoritaires dans le résultat	19	12	13
Quote Part/Résultats Sociétés mises en équivalence (% groupe)	(5)	(2)	(1)
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	4	1	—
Participation des salariés	4	3	4
Variations des impôts différés	14	(8)	(13)
Ecarts Conversion Taux Moyen/Taux Clôture	(1)	1	—
Dotation nette aux Amortissements et Provisions	186	164	144
Plus et Moins values de cession	(2)	1	(2)
CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT.	239	208	191
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité . . .	(99)	12	(27)
FLUX NETS ISSUS DE L'EXPLOITATION	139	220	163
Acquisition d'immobilisations Incorporelles	(19)	(10)	(41)
Acquisition d'immobilisations Corporelles	(237)	(184)	(160)
Acquisition d'immobilisations Financières	(211)	(178)	(36)
Variation des dettes sur immobilisations	(22)	17	7
TOTAL Investissements	(489)	(355)	(230)
Cession d'immobilisations Incorporelles	—	1	—
Cession d'immobilisations Corporelles	12	4	6
Cession d'immobilisations Financières (Titres de participation)	2	2	52
Cession d'immobilisations Financières (Autres)	5	23	154
Variation des créances sur immobilisations.	2	(2)	—
TOTAL Désinvestissements	20	28	212
FLUX ISSUS DES INVESTISSEMENTS	(468)	(326)	(18)
Distribution mise en paiement	(35)	(64)	(250)
Réduction des Capitaux Propres	0	—	—
Réduction de l'endettement.	(981)	(87)	(21)
BESOIN Trésorerie (FINANCEMENT)	(1 015)	(151)	(271)
Augmentation des Capitaux Propres.	163	1	—
Augmentation de l'endettement	1 199	203	81
DEGAGEMENT Trésorerie (FINANCEMENT).	1 362	204	81
FLUX ISSUS DU FINANCEMENT	347	53	(190)
Incidence des variations des cours des devises.	1	3	(2)
Apport de la trésorerie des sociétés fusionnées	(6)	—	—
VARIATION DE LA TRESORERIE	13	(50)	(47)
Trésorerie d'ouverture.	(1) 57	103	150
Trésorerie de clôture	70	53	103

(1) cf note (1) page précédente.

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

ANNEXES AUX COMPTES PRO FORMA

Présentation du contexte

Le 29 juin 1999, JCDecaux SA a acquis le pôle Publicité Extérieure du Groupe Havas Media Communication Extérieure (MCPE).

Afin de donner une vue d'ensemble et de rendre comparables les états financiers du nouveau Groupe, des comptes pro forma, incluant l'activité combinée de MCPE et de Decaux, ont été établis pour les années 1998 et 1999.

Pour l'exercice 1998, ces comptes pro forma sont issus des comptes consolidés de JCDecaux SA¹, d'une part, et de MCPE d'autre part.

Pour l'exercice 1999, les comptes pro forma sont issus des comptes consolidés de JCDecaux SA, d'une part, et des comptes consolidés de MCPE pour le premier semestre 1999 d'autre part.

Conventions retenues

Les conventions retenues pour l'établissement des comptes pro forma sont les suivantes :

- Acquisition du pôle MCPE considérée comme effective depuis le 1^{er} janvier 1998, les autres variations de périmètre, jugées non significatives, n'ont pas été reportées sur 1998,
- L'écart d'acquisition constaté dans les comptes historiques en 1999 a été reporté à l'identique sur 1998 et 1999, les comptes consolidés du pôle MCPE ayant été préalablement retraités des écritures d'homogénéisation avec les règles Groupe. La charge d'amortissement annuelle correspond à l'amortissement de l'écart d'acquisition sur 20 ans,
- Le financement de l'acquisition du pôle MCPE, emprunt et fonds propres, est réputé réalisé dès le 1^{er} janvier 1998. Les charges financières sur emprunts ainsi que le manque à gagner sur le financement par fonds propres ont été enregistrés sur les deux exercices,
- Les comptes consolidés de MCPE sur 1998 et 1999 ont été corrigés dans le cadre des comptes pro forma de deux opérations exceptionnelles (impact de la cession des titres de participation COMAREG et distribution d'un dividende extraordinaire) réalisées avant la cession effective à JCDecaux SA le 29 juin 1999,
- Les frais concourant à l'amélioration et à la prolongation de la durée de vie du mobilier urbain en France sont capitalisés et amortis sur 3,6 années dans les comptes pro forma 1999 et 1998,
- Les nouvelles dispositions du règlement n° 99-02 du Comité de Réglementation Comptable, relatives aux comptes consolidés, ont été appliquées rétroactivement sur les exercices 1998 et 1999.

1. METHODES ET PRINCIPES COMPTABLES

1.1 Principes d'établissement des comptes du Groupe

a. *Principes généraux*

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

b. *Changement de méthode*

Un changement de méthode est intervenu sur l'exercice 2000 relatif aux frais de maintenance sur les filiales étrangères :

A partir du 1^{er} janvier 2000, les frais concourant à l'amélioration et à la prolongation de la durée de vie du mobilier urbain à l'étranger sont capitalisés et amortis sur la moitié de la durée de vie habituelle du mobilier urbain.

Ce changement de méthode a conduit à augmenter :

- les réserves consolidées d'ouverture de 13,3 M€, montant correspondant à l'incidence de ces méthodes si elles avaient été appliquées sur l'exercice précédent,
- le résultat de l'exercice de 2 M€.

1 Périmètre JCDecaux SA intégrant globalement MCPE à compter du 1^{er} juillet 1999.

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 3 conditions suivantes sont consolidées :

	montant (en valeur absolue) supérieur à (en millions d'euros)
● Chiffre d'affaires	0,76
● Capitaux propres – part du Groupe	1,52
● Résultat net – part du Groupe	0,61

L'agrégation des sociétés non consolidées est non significative.

L'intégration globale est appliquée aux sociétés sur lesquelles le Groupe exerce un contrôle exclusif.

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.

Dans le but de donner une meilleure vision économique du Groupe Decaux, il a été décidé de comptabiliser à compter du 7/10/99 par mise en équivalence la société suisse Affichage Holding, bien que celle-ci n'ait été acquise par JCDecaux SA que le 22 mai 2000 auprès de JCDecaux Holding (anciennement JCDecaux International). Les comptes 1999 présentent ainsi l'intégralité de l'activité mobilier urbain du Groupe.

Les principaux impacts au 31/12/1999 et au 31/12/2000 sur les comptes consolidés de cette mise en équivalence sont présentés ci-dessous :

	en millions d'euros	
	Montant 31/12/1999	Montant 31/12/2000
Titres mis en équivalence.	37,2	40,3
Ecart d'acquisition.	108,4	102,9
Emprunts ⁽¹⁾	141,5	—
Quote-Part de résultat des sociétés mises en équivalence.	1,0	4,5

(1) L'emprunt destiné à financer l'acquisition d'Affichage Holding est désormais compris dans la tranche A de l'emprunt de 870 M€ contracté en 2000, et qui permet aussi de financer le pôle Publicité Extérieure.

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 sont éliminées.

1.3 Dates de clôture des comptes

Toutes les sociétés 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.

L'entrée de périmètre au 30 juin 1999 du pôle MCPE a été calculée sur la base des situations nettes des filiales apportées converties au taux de clôture du 31 décembre 1999. L'utilisation des taux de conversion du 30 juin 1999 n'aurait pas eu d'impact significatif sur la présentation des comptes annuels.

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.

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

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 Ecarts d'acquisition

La différence entre le coût d'acquisition des titres des sociétés consolidées et la quote-part acquise dans les capitaux propres retraités 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 les 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, ...), la dépréciation des écarts d'acquisition est constatée, au-delà des amortissements prévus, par la constitution d'une provision.

1.7 Immobilisations corporelles

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

Les dotations aux amortissements, calculées selon des règles homogènes au sein du Groupe, sont déterminées selon les durées normales d'utilisation suivantes :

	DUREES D'AMORTISSEMENT
<i>Immobilisations corporelles :</i>	
– Bâtiments et constructions	10 à 20 ans
– Installations techniques, matériel et outillage (mobilier urbains et panneaux)	2 à 10 ans
<i>Autres immobilisations corporelles :</i>	
– Agencements divers, aménagements	5 à 10 ans
– Matériel de transport	4 ans
– Matériel de bureau et informatique	3 ans
– Mobilier	5 à 10 ans

Mobilier Urbains :

Les mobiliers urbains (Atribus, Mupis, Senior, Journaux Electroniques d'Information (JEI), Sanisettes, Colonnes Morris ...) sont amortis sur des durées comprises entre 7 et 10 ans.

Panneaux :

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. Les principales méthodes utilisées sont les suivantes :

Pays	Méthode d'amortissement
France.	panneaux classiques : dégressif sur 4 ans Trivisions et éclairés : linéaire sur 5 ans Palissades et éclairages : linéaire sur 2 ans Colonnes : linéaire sur 5 ans
Grande-Bretagne.	Linéaire sur 6 ans
Italie.	Linéaire sur 7 ans
Belgique	Linéaire sur 3 à 6 ans
Espagne.	Linéaire sur 7 à 10 ans

1.8 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 2000, ou dont la contribution aux états financiers consolidés ne serait pas significative, du fait notamment de la prédominance de transactions intra-groupe enregistrées dans leurs comptes.

Les titres de participation dans les sociétés non consolidées et les titres immobilisés de l'activité de portefeuille 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.

1.9 Stocks

Les stocks sont composés principalement :

- de mobiliers urbains 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.

1.10 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.

1.11 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.

La réévaluation des valeurs mobilières de placement, en conformité avec le règlement CRC 99-02 n'aurait pas d'incidence significative par rapport aux valeurs historiques présentées.

1.12 Indemnités de départ en retraite

Les droits acquis jusqu'au 31 décembre 1994 donnaient lieu, en France, à la constatation d'une provision pour risques et charges.

Depuis 1995, les sociétés du groupe Decaux ont opté pour une gestion externe de leurs engagements de retraite, qui couvre la quasi-totalité des droits acquis.

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

Les engagements de retraite des sociétés du périmètre MCPE ont fait l'objet d'une évaluation actuarielle et une provision correspondante est enregistrée au passif du bilan.

Les indemnités de départ à la retraite sont calculées selon la Convention Nationale de la publicité. Leur calcul est établi sur la base de différentes hypothèses de taux (taux d'inflation, taux de valorisation des salaires, taux de capitalisation, taux de mobilité).

1.13 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 récurrence ne peuvent être considérés comme inhérents à l'activité opérationnelle du Groupe tels que plus ou moins values de cession et frais accessoires, pénalités diverses ou amortissements exceptionnels d'immobilisations.

1.14 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 résultat social et fiscal et de l'activation de reports déficitaires.

1.15 Crédit-bail

Les contrats de crédit-bail immobilier, qui présentent un caractère significatif, font l'objet d'un retraitement.

Les immobilisations financées par crédit-bail sont comptabilisées à l'actif du bilan pour leur prix de revient au moment de l'acquisition. Elles sont amorties selon les mêmes règles que si elles avaient été acquises en pleine propriété.

La dette financière correspondante figure au passif du bilan et fait l'objet d'une charge financière.

Un seul contrat (celui de l'immeuble de la SNC Aguesseau) rentre dans le champ d'application de ce principe.

2. COMMENTAIRES SUR LE BILAN

2.1 Périmètre de consolidation

Le Groupe a débuté une restructuration interne conduisant à la simplification de l'organigramme juridique.

En France, ceci s'est traduit par trois fusions-absorptions avec effet rétroactif au 1er janvier 2000 :

- Avenir a absorbé ses filiales, dont les deux sociétés EPB et SOPREMO anciennement consolidées, dans le cadre d'une fusion simplifiée.
- JC Decaux Mobilier Urbain (anciennement JC Decaux) a absorbé SFCM et SEG.
- JCDecaux SA a absorbé la société MCPE.

JCDecaux SA a procédé à une augmentation de ses capitaux propres de 162,2 M€ destinée à rémunérer les apports de titres appartenant à JCDecaux Holding et des minoritaires.

Le 21 juin 2000 a été signé un acte de fusion par incorporation des sociétés JC Decaux Italia et Publimento dans la société Avenir Italia. La fusion a effet juridique à partir du 27 juin 2000. Il a été décidé de fusionner les trois sociétés avec date d'effet comptable au 1er janvier 2000. La nouvelle société se nomme JCDecaux Comunicazione Esteriore Italia.

La société JCDecaux Neonlight Siam, créée en 1996, est consolidée pour la première fois au cours de l'exercice 2000.

2.2 Ecart d'acquisition (en M€)

Au 31 décembre 2000, les écarts d'acquisition représentent 1 115,5 M€ en valeur brute et sont amortis à hauteur de 76,1 M€.

Les écarts d'acquisition constatés en 2000, 1999 et 1998 se décomposent comme suit en valeur nette comptable :

	Réel 31/12/00	Pro forma 31/12/99	Pro forma 31/12/98
Pôle Avenir.	728	707 ⁽¹⁾	744 ⁽²⁾
Ecarts d'acquisition liés aux apports de JCD Holding et des minoritaires en 2000			
France	58	—	—
Europe	80	—	—
Etats-Unis	5	—	—
Affichage Holding (Suisse).	103	108	—
Famigro (Finlande)	17	18	17
JCD Mobilier Urbain (ex SEG) (France)	13	14	—
DPE (France).	8	10	—
Nüremberg (Allemagne)	7	8	—
ARE (Suède).	6	7	7
ARE JC Decaux (Suède)	6	7	7
Georg Zacharias (Allemagne)	3	4	4
JC Decaux Australia (Australie)	1	1	1
Autres.	4	1	—
TOTAL	1 039	885	780

(1) La différence de 60 M€ avec les 767 M€ de valeur nette comptable dans les comptes consolidés au 31 décembre 1999, s'explique par les écritures pro forma liées à la rétroactivité au 1er janvier 1998 de l'opération de rachat du pôle MCPE, qui se traduit par un amortissement complémentaire sur 1,5 année de 60 M€ dans les comptes pro forma 1999.

(2) De même, la différence de 744 M€ avec le montant de 0 dans les comptes consolidés au 31 décembre 1998, correspond à l'impact de la rétroactivité de l'acquisition au 1er janvier 1998, soit la constatation de l'écart d'acquisition pour une valeur brute de 786,3 M€ et un amortissement cumulé de 42 M€.

L'écart d'acquisition du pôle MCPE s'élève à 788 M€ en valeur brute et 60 M€ en amortissements cumulés au 31 décembre 2000, contre respectivement 786 M€ et 79 M€ au 31 décembre 1999.

Sur l'exercice 2000, l'apport de titres par JCD Holding et des minoritaires s'est traduit par la constatation d'un écart d'acquisition de 144,1 M€ amorti à hauteur de 1,4 M€ au 31 décembre 2000.

Les écarts d'acquisition du pôle MCPE, de la société Affichage Holding et ceux liés aux apports de titres de JCDecaux Holding et de minoritaires sont amortis sur 20 ans.

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

2.3 Immobilisations corporelles (en M€)

Détail par nature (en M€)

	Montants Bruts	Amortissements ou provisions	Montants Nets Réel 2000	Montants Nets Pro forma 1999	Montants Nets Pro forma 1998
Terrains	32	—	32	29	27
Constructions	89	41	48	44	38
Installations techniques . .	1 161	714	447	329	274
Matériel et outillage					
Autres.	203	131	72	57	45
Immobilisations en cours .	13	1	12	14	2
Avances et acomptes . . .	2	—	2	2	1
TOTAL	1 500	887	613	475	387

Au 31/12/00, les immobilisations corporelles brutes s'élèvent à 641,5 M€ en France et 858,9 M€ à l'étranger contre respectivement 578,5 M€ et 708,1 M€ au 31/12/99, dont notamment 191,6 M€ en Grande-Bretagne, 120,4 M€ en Allemagne, 96,9 M€ en Espagne, 70,9 M€ au Portugal et 70,2 M€ en Belgique, en 2000 pour les plus significatives.

La valeur brute et l'amortissement de l'immeuble en crédit-bail (SNC Aguesseau) au 31 décembre 2000 s'élèvent à respectivement 18,6 M€ et 10,0 M€. La valeur brute du terrain (SNC Aguesseau) en crédit-bail est de 5,2 M€.

Variations de l'exercice en valeur brute (en M€)

	Terrains	Constructions	Installations Techniques	Autres	Total
Pro forma 31 décembre 1999	29	82	978	197	1286
Impact de l'activation frais de maintenance en France. . . .			41		41
Au 1er janvier 2000	29	82	937	197	1 245
Evolution du périmètre	—	—	2	1	3
Acquisitions	1	9	142	60	212
Cessions	(1)	(4)	(38)	(18)	(61)
Conversion	—	—	(1)	1	—
Activation maintenance (ouverture).	—	—	79	—	79
Activation maintenance (exercice 2000)	—	—	24	—	24
Autres.	3	2	16	(23)	(2)
Au 31 décembre 2000	32	89	1 161	218	1 500

2.4 Immobilisations financières (en M€)

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

	Réel 31/12/00	Pro forma 31/12/99	Pro forma 31/12/98
Titres mis en équivalence.	45	42	3
Titres non consolidés	29	7	19
Prêts.	16	6	1
Créances rattachées	1	4	15
Autres immobilisations financières	3	1	4
TOTAL	<u>94</u>	<u>60</u>	<u>42</u>

L'augmentation du poste immobilisations financières de 18 M€ entre 1998 et 1999, correspond principalement à la mise en équivalence de la société Suisse Affichage Holding pour 37,2 M€, et à des remboursements de prêts.

L'augmentation de 34 M€ du poste entre 1999 et 2000 se compose d'acquisitions de titres pour 21,9 M€ et de nouveaux prêts accordés notamment à JCDecaux Salvador et JC Decaux Group Services pour un montant de 11,8 M€.

Titres mis en équivalence (en M€)

	% d'intérêt	Réel 31/12/00	Pro forma 31/12/99	Pro forma 31/12/98
Suisse				
Affichage Holding	30,00	40,3	37,2	—
Portugal				
Red Portugal	34,93	0,3	0,5	0,3
Placa	45,00	0,3	0,5	0,3
Autedor	22,95	0,2	0,1	0,2
Centeco	31,50	0,1	0,1	0,2
Purbe			0,3	0,2
Allemagne				
Nüremberg	17,50	1,2	0,9	—
Ilg Aussenwerbung Zacharias	10,00	0,1		
Hongrie				
Avenir Budapest				0,3
Asie				
Recruit Holding Hong-Kong ⁽¹⁾		2,1	2,2	1,4
TOTAL		<u>44,6</u>	<u>41,8</u>	<u>2,9</u>

(1) Cette société a fait l'objet d'une déconsolidation en 2000.

Titres non consolidés (en M€)

L'augmentation des titres non consolidés au 31/12/2000 est principalement due à l'acquisition de 100% des titres OWB (holding) en Autriche pour un montant de 25,4 M€ (dont 2,2 M€ de frais d'acquisition) – OWB détient 16% des titres de la société Gewista dont le chiffre d'affaires annuel sur 2000 est de 98,4 M€ pour un résultat net de 9,3 M€.

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

2.5 Stocks

	Réal 31/12/00			Pro forma 31/12/99			Pro forma 31/12/98		
	Brut	Provisions	Net	Brut	Provisions	Net	Brut	Provisions	Net
Matières premières & autres									
Approvisionnements	93,4	4,0	89,4	68,1	(4,6)	63,5	65,8	(4,1)	61,7
En-cours de Production/ biens	1,7	0,1	1,6	1,1	—	1,1	1,5	—	1,5
En-cours de Production/ services	—	—	—	0,5	—	0,5	0,8	—	0,8
Stock produits									
intermédiaires & finis	4,3	—	4,3	3,1	—	3,1	3,8	—	3,8
Stock marchandises	0,1	—	0,1	0,6	—	0,6	0,4	—	0,4
TOTAL	99,5	4,1	95,4	73,4	(4,6)	68,8	72,3	(4,1)	68,2

La valeur brute des stocks en 2000 augmente de 11 M€ sur les sociétés françaises et de 15 M€ sur les sociétés étrangères. Cette variation est principalement due aux stocks de JCD Mallscape qui augmentent de 11,7 M€ en prévision de montages de mobiliers à venir.

En 1999, la valeur brute des stocks augmente du fait d'une augmentation des stocks sur les sociétés françaises du pôle Decaux. Les stocks des sociétés du pôle MCPE représentent 0,6 M€.

2.6 Autres créances (en M€)

	Réal 31/12/00	Pro forma 31/12/99	Pro forma 31/12/98
– Autres créances d'exploitation	26	27	12
– Provisions sur autres créances d'exploitation	(1)	—	(1)
– Créances diverses	24	40	55
– Provisions sur créances diverses	0	(1)	(1)
– Créances fiscales diverses	54	31	13
– Créances sur immobilisations	0	2	—
– Avances et acomptes versés	13	17	1
– Charges constatées d'avance	42	33	23
– Charges à répartir	22	11	7
Total Autres créances	181	161	111
Total Provisions sur autres créances	(1)	(1)	(2)
Total Autres Créances « Nettes »	180	160	109

Les créances diverses diminuent de 16 M€ entre 1999 et 2000 dont notamment 9,8 M€ chez Mobiliario Urbano (Espagne).

Sur la même période, les créances fiscales diverses augmentent de 23 M€ dont notamment 7,3 M€ chez JCDecaux SA, 1,4 M€ chez JCD Mobilier Urbain, 3,8 M€ chez JCD Services et 5,4 M€ pour les sociétés Decaux en Espagne.

Toujours entre 1999 et 2000, les charges à répartir augmentent de 11,0 M€ dont principalement 14,1 M€ chez JCDecaux SA Ces 14,1 M€ sont constitués notamment des frais d'introduction en bourse pour 8,5 M€ et de frais bancaires pour 5,8 M€.

2.7 Impôts différés nets (en M€)**2.7.1. Impôts différés comptabilisés (en M€)**

	Réel 31/12/00	Pro forma 31/12/99	Pro forma 31/12/98
Impôts différés actif	24	25	30
Impôts différés passif	(30)	(15)	(21)
TOTAL	<u>(6)</u>	<u>10</u>	<u>9</u>

La diminution de 16 M€ de la position nette d'impôts différés actif au 31 décembre 2000 s'explique principalement par le changement de méthode relatif à l'activation des frais de maintenance à l'étranger. Ce changement de méthode contribue à une augmentation des impôts différés passif à hauteur de 8 M€.

2.7.2. Impôt différé actif sur reports déficitaires non comptabilisé (en M€)

	Réel 31/12/00
Reports déficitaires	
JCDecaux SA	28,0
Etats-Unis	17,2
Autres	5,2
Impôt différé actif sur reports déficitaires non comptabilisé	<u>50,4</u>

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

2.8 Variation des capitaux propres consolidés (en M€)

	Groupe	Minoritaires	Total
Capitaux propres Pro forma au 31 décembre 1997	569	50	619
Résultat Pro forma 1998	45	13	58
Variation des écarts de conversion	(3)	—	(3)
Distribution de dividendes	(241)	(15)	(256)
Capitaux propres Pro forma au 31 décembre 1998	370	48	418
Résultat Pro forma 1999	36	13	49
Distribution de dividendes	(42)	(9)	(51)
Entrées de périmètre	—	2	2
Résultat 1 ^{er} semestre Avenir	(2)	—	(2)
Capitaux propres Pro forma au 31 décembre 1999	363	54	417
Ecritures Pro forma ⁽¹⁾	85	—	85
Capitaux propres réels au 1^{er} janvier 2000	449	53	502
Résultat 2000.	20	19	39
Variation des écarts de conversion	(1)	—	(1)
Distribution de dividendes	(25)	(10)	(35)
Augmentation de capital de JCDecaux SA ⁽²⁾	162	—	162
Changement de méthode ⁽³⁾	19	3	22
Variations de périmètre	—	(18)	(18)
Capitaux propres au 31 décembre 2000	624	47	671

L'intégration du pôle MCPE en 1999 se traduit par une entrée de périmètre négative au niveau Groupe du fait que le calcul de l'écart d'acquisition lié à l'acquisition des filiales s'est effectué sur la base de leur situation nette au 30 juin 1999, alors que le résultat de ces filiales est intégré en totalité sur 12 mois.

(1) L'impact de 85 M€ des écritures pro forma sur la situation nette au 31 décembre 1999 se décompose comme suit :

Amortissement de l'écart d'acquisition MCPE.	59
Activation des frais de maintenance en France	(8)
Intérêts financiers sur emprunt MCPE	52
Manque à gagner sur acquisition du pôle MCPE	4
Impôts différés sur intérêts financiers et manque à gagner	(22)
TOTAL	86

(2) JCDecaux SA a procédé à une augmentation de ses capitaux propres de 162,1 M€ destinée à rémunérer l'apport de titres effectué par JCD Holding et d'autres minoritaires.

Le capital social de 2 685 962 EURO est composé au 31 décembre 2000 de 176 187 464 actions entièrement libérées contre 170 957 actions en 1999, la société ayant procédé en 2000 à une division par mille des actions composant le capital social.

(3) En 2000 l'impact des changements de méthode de 18,9 M€ sur les réserves d'ouverture (part du Groupe) et de 3,1 M€ sur la part des minoritaires, correspond à l'activation des frais de maintenance pour 6,9 M€ sur la France et pour 12 M€ sur les filiales étrangères, pour la part Groupe, et 1,9 M€ sur la France et 1,2 M€ sur les filiales étrangères, sur la part des minoritaires.

2.9 Provisions pour risques et charges (en M€)

Les provisions pour risques et charges se décomposent comme suit :

	Réel 31/12/00	Pro forma 31/12/99	Pro forma 31/12/98
Provisions pour risques et charges.	67	53	49
Provisions pour indemnités de fin de carrière	6	5	4
TOTAL	<u>73</u>	<u>58</u>	<u>53</u>

Variation des provisions pour risques et charges (en M€)

	Pro forma 31/12/99	Dotations	Reprises	Mouvements de périmètre	Réel 31/12/00
Total provisions risques et charges	58	37	(25)	3	73

Détail des provisions pour risques et charges en 2000 et 1999 (en M€) :

	Réel 31/12/00	Pro forma 31/12/99
Risque démontage (*).	36	29
Autres (**).	31	24
TOTAL	<u>67</u>	<u>53</u>

(*) 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'oeuvre, coût de la destruction et réfection des sols).

Les provisions pour démontage sont étalées sur la durée des concessions. A l'échéance de la concession, le coût de démontage est provisionné à 100 %.

(**) Les autres provisions sont notamment constituées de provisions pour litiges pour un montant de 10 M€ au 31 décembre 2000.

2.10 Dettes financières (en M€)

	Réel 31/12/00	Pro forma 31/12/99	Pro forma 31/12/98
Emprunts auprès des établissements de crédit	1 268	1 036	911
Emprunts crédit bail.	11	12	14
Emprunts et dettes financières divers	9	77	58
TOTAL	<u>1 288</u>	<u>1 125</u>	<u>983</u>

Les dettes financières sont composées principalement de dettes contractées auprès des établissements de crédit. Les principaux emprunts au 31 décembre 2000 concernent les pays suivants : la France avec un emprunt de 1 130 M€, permettant de financer l'acquisition du pôle MCPE et Affichage Holding, et un emprunt de 10,5 M€ pour le financement d'un immeuble en crédit-bail, les Etats-Unis pour 43 M€, le Danemark pour 17,4 M€, l'Espagne pour 8 M€, l'Australie pour 26 M€, la Grande Bretagne pour 7 M€, l'Allemagne pour 12,3 M€ et l'Italie pour 3,9 M€.

La différence de respectivement 52 M€ et 912 M€, entre le montant des dettes financières de M€ 1 125 et M€ 983 dans les comptes pro forma au 31 décembre 1999 et 1998, d'une part, et le montant des dettes financières de

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

1 073 M€ et 71 M€ dans les comptes légaux au 31 décembre 1999 et 31 décembre 1998, d'autre part, correspond à l'impact des écritures pro forma relatives à la constatation rétroactive au 1er janvier 1998 de l'emprunt lié à l'acquisition du pôle MCPE, ainsi que sur 1998 aux apports des dettes financières du pôle MCPE. Au 31 décembre 1999, il s'agit des intérêts financiers et du manque à gagner sur 1998 et les six premiers mois de 1999, soit 52 M€ au total, et au 31 décembre 1998, il s'agit de l'emprunt et des intérêts financiers pour 836 M€ et de l'apport des filiales du pôle MCPE pour 76 M€.

JCDecaux SA a mis en place le 6 septembre 2000 un crédit syndiqué de 1,37 milliards d'euros pour refinancer sa dette existante et assurer ses développements futurs. Ce crédit a une maturité de 5 ans.

Les emprunts et dettes financières divers comprennent les intérêts sur les emprunts auprès des établissements de crédit, les emprunts auprès d'associés et les intérêts sur les emprunts et dettes financières divers.

Echéances des dettes financières (en M€)

	Réel 31/12/00	Pro forma 31/12/99
Echéance à moins d'un an	135	196
Echéance à plus d'un an et moins de 5 ans	1 115	902
Echéance à plus de 5 ans	38	27
TOTAL	<u>1 288</u>	<u>1 125</u>

Ventilation des dettes financières par devises (en M€)

	Réel 31/12/00	Pro forma 31/12/99
Euro	1 190	1 036
Dollar US.	43	44
Couronne danoise	17	20
Couronne norvégienne	3	
Dollar australien	27	12
Livre sterling	8	12
Dollar singapourien	—	1
TOTAL	<u>1 288</u>	<u>1 125</u>

Ventilation des dettes financières taux fixe / taux variable (en M€)

	Réel 31/12/00	Pro forma 31/12/99
Taux fixe	6	17
Taux variable*	1 282	1 108
TOTAL	<u>1 288</u>	<u>1 125</u>

* La dette à taux variable fait l'objet de couvertures décrites en note 4.1. ci-dessous.

3. COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RESULTAT

3.1 Charges d'exploitation nettes (en M€)

	Réel 2000	Pro forma 1999	Pro forma 1998
Consommations, charges externes et autres charges d'exploitation nettes	(712)	(613)	(518)
Impôts et taxes.	(35)	(31)	(33)
Salaires et charges sociales.	(284)	(250)	(232)
Dotations aux amortissements et provisions nettes des reprises	(148)	(117)	(108)
TOTAL	<u>(1 179)</u>	<u>(1 011)</u>	<u>(891)</u>

3.2 Résultat financier (en M€)

	Réel 2000	Pro forma 1999	Pro forma 1998
Intérêts sur dette nette de trésorerie	(57)	(46)	(52)
Différences de change.	(2)	4	(2)
Autres.	(2)	11	24
TOTAL	<u>(61)</u>	<u>(31)</u>	<u>(30)</u>

La dette contractée dans le cadre de l'acquisition du pôle MCPE a généré chez JCDecaux SA des frais financiers pour un montant de 35,8 M€ en 1998, 29,9 M€ en 1999 et 43,5 M€ en 2000.

La revalorisation des créances en dollars américains et dollars australiens, détenues par la société JC Decaux Mobilier Urbain a généré en 1999 des gains de change latents pour un montant de 4,1 M€.

La dégradation des autres éléments du résultat financier en 2000 provient essentiellement des escomptes accordés pour un montant de 3 M€ notamment en Europe du Nord et en Europe du Sud.

3.3 Résultat exceptionnel (en M€)

	Réel 2000	Pro forma 1999	Pro forma 1998
Charges nettes sur opérations de gestion	(8)	(4)	(4)
Produits nets sur opérations en capital	3	1	2
Reprises nettes et autres produits nets.	7	—	6
TOTAL	<u>2</u>	<u>(3)</u>	<u>4</u>

CHAPITRE 5**PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS**

Les principales composantes du résultat exceptionnel en 2000 sont les suivantes :

	2000
Pénalités et redressements fiscaux	(0,4)
Litiges commerciaux	(1,2)
Litiges sociaux	(0,1)
Restructuration	(0,5)
Dons	(0,5)
Indemnités diverses versées	(3,8)
Tempête	(1,4)
Indemnités d'assurance	0,2
Charges nettes sur exercices antérieurs	2,4
Autres	(2,2)
	<hr/>
Total produits nets sur opérations de gestion	(7,5)
	<hr/> <hr/>
Plus-values nettes sur cessions d'immobilisations corporelles	3,2
Plus-values nettes sur cessions d'immobilisations financières	(0,7)
	<hr/>
Total produits nets sur opérations en capital	2,5
	<hr/> <hr/>
Reprise de provisions risque fiscal, pénalités	0,9
Reprise de provision risque matériel (tempête)	4,3
Reprise amortissement sur immobilisations	10,7
Reprise provision sur actif circulant	0,2
Dotations aux litiges commerciaux	(2,1)
Transfert de charges exceptionnelles	(1,7)
Provision restructuration	(0,8)
Provision démontage	(6,5)
Autres	2,3
	<hr/>
Total reprises nettes et autres produits nets	7,3
	<hr/> <hr/>
TOTAL	2,3
	<hr/> <hr/>

3.4 Impôts sur les bénéfices (en M€)

Ventilation entre impôts différés et impôts courants :

	Réel 2000	Pro forma 1999	Pro forma 1998
Impôts courants	(81)	(80)	(74)
Impôts différés	(14)	8	13
TOTAL	<u>(95)</u>	<u>(72)</u>	<u>(61)</u>

Le niveau du taux effectif d'impôt avant dotation aux amortissements des écarts d'acquisition passe de 38,2 % en 1998 à 43,8 % en 1999 et 51,7 % en 2000. Il s'explique principalement par le montant des déficits fiscaux non activés. Son augmentation sur 2000 est principalement liée à la non activation de reports déficitaires, notamment sur les Etats-Unis et JCDecaux SA.

Rationalisation de la charge d'impôt (en M€)

	Réel 2000	Pro forma 1999	Pro forma 1998
Résultat net de l'ensemble consolidé	39	48	59
Charge d'impôt	(95)	(72)	(61)
Résultat avant impôt	<u>134</u>	<u>120</u>	<u>120</u>
Amortissement des écarts d'acquisition	50	45	40
Moins-values à long terme	3	(4)	2
Fraction des réserves de plus-value long terme rapportées au résultat	—	4	3
Quote-Part dans le résultat des sociétés mises en équivalence	(5)	(1)	—
Régime société mère/filiales	(1)	1	(5)
Divers	—	—	2
Résultat avant impôt soumis au taux de droit commun	181	166	161
Taux d'impôt pondéré du Groupe	36,13 %	37,17 %	38,07 %
Impôt théorique	(65)	(62)	(61)
Impôts différés sur déficits non reconnus	(36)	(11)	(3)
Impôts locaux complémentaires	(1)	(2)	(1)
Consommation des déficits fiscaux antérieurs non reconnus	6	2	2
Utilisation précompte	—	1	3
Divers	1	—	(1)
Impôt total calculé	<u>(95)</u>	<u>(72)</u>	<u>(61)</u>
Impôt enregistré	<u>(95)</u>	<u>(72)</u>	<u>(61)</u>

3.5 Effectifs et rémunération des organes de Direction

Sur l'exercice 2000, les effectifs du Groupe atteignent 6 788 personnes.

Ils atteignaient 6 464 personnes (dont 1 819 pour les filiales du périmètre MCPE) sur l'exercice 1999, contre 6 131 personnes sur l'exercice 1998.

Le montant versé aux cinq personnes les mieux rémunérées en 2000 s'élève à 0,75 M€.

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

4. COMMENTAIRES SUR LES ENGAGEMENTS HORS-BILAN

4.1 Instruments financiers

Afin de couvrir le risque lié à l'emprunt ayant servi à financer l'acquisition du pôle MCPE, le Groupe utilise depuis 1999 différents instruments financiers notamment des CAP.

Les positions sur options contractées par le Groupe au 31 décembre 2000 sont les suivantes :

- Achat de CAP couvrant 1 059 M€ au taux d'exercice moyen de 4,8 % avec des échéances comprises entre mars 2001 et décembre 2003.
- Vente de CAP en base de 114 M€ au taux d'exercice de 6,3 % avec des échéances comprises entre septembre 2002 et mars 2003.

4.2 Engagements hors bilan

Engagements donnés

- La société JCDecaux SA s'est portée garante du remboursement du tirage effectué par sa filiale Sky sites Inc auprès du syndicat de banques pour un montant de 40 MUSD.
- Engagements sur opérations de couverture de change pour un montant de 154,5 M€.
- Cautions accordées aux établissements bancaires pour un montant de 338,8 M€.
- Crédit bail mobilier pour un montant de 108 M€.
- Crédit bail immobilier pour un montant de 23 M€.
- Autres engagements donnés pour un montant de 26,7 M€.

Engagements reçus

- Engagements sur opérations de couverture de change pour un montant de 154,5 M€.
- Crédit bail immobilier pour un montant de 0,5 M€.
- Ligne de crédit disponible auprès du syndicat de banques pour JC Decaux S.A. de 199 M€.
- Autres engagements reçus 23,5 M€.
- Avals et cautions reçus pour un montant de 0,3 M€.

5. INFORMATION SECTORIELLE (en M€)

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 collectivités. Elle comprend également les activités de publicité dans les centres commerciaux, ainsi que les locations de mobiliers, les ventes de matériels, les travaux et entretien divers, et autres prestations de services.

Affichage

L'activité Affichage couvre la publicité sur le domaine privé, qu'il s'agisse d'affichage traditionnel ou d'une publicité rétro-éclairée. Elle comprend également l'affichage lumineux type néons.

Transport

L'activité Transport couvre la publicité dans les moyens de transport qu'il s'agisse des aéroports, métros ou bus.

	Chiffre d'affaires	EBITDA (1)	Immobilisations Corporelles Nettes
Mobilier Urbain			
2000.	726	294	459
1999.	626	250	357
1998.	556	237	279
Affichage			
2000.	384	66	120
1999.	362	48	102
1998.	342	43	94
Transport			
2000.	307	28	21
1999.	220	17	16
1998.	178	14	14
Holdings			
2000.	0	(2)	13
1999.	0	0	0
1998.	0	0	0
Total			
2000.	1 417	386	613
1999.	1 208	315	475
1998.	1 076	294	387

(1) EBITDA (résultat d'exploitation avant amortissements, dépréciations, intérêts et impôts, ou Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation).

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

5.2 Par zone géographique

	Chiffre d'affaires	EBITDA	Immobilisations Corporelles Nettes
France			
2000.	581	174	218
1999.	558	166	177
1998.	531	149	163
Royaume-Uni			
2000.	213	43	106
1999.	167	32	81
1998.	146	30	56
Reste de l'Europe			
2000.	401	170	203
1999.	347	126	173
1998.	300	110	147
Amériques			
2000.	106	(8)	63
1999.	63	(7)	23
1998.	35	4	14
Asie/Pacifique			
2000.	116	6	23
1999.	73	(2)	21
1998.	64	1	7
Total			
2000.	1 417	386	613
1999.	1 208	315	475
1998.	1 076	294	387

6. PERIMETRE DE CONSOLIDATION

6.1 Identité de la société mère

Au 31 décembre 2000, JCDecaux SA est détenue à 96,38 % par la société JCDecaux Holding.

6.2 Liste des sociétés consolidées

Voir pages suivantes.

6.3 PERIMETRE DE CONSOLIDATION AU 31 DECEMBRE 2000

SOCIETES	PAYS	% D'INTERET	METHODE DE CONSOLIDATION	% DE CONTROLE
ACTIVITE MOBILIER URBAIN				
JCDECAUX SERVICES	France	92,02	Glob.	92,02
DPE	France	100,00	Glob.	100,00
JCDECAUX MOBILIER URBAIN	France	100,00	Glob.	100,00
RPMU	France	92,00	Glob.	92,00
SEMUP	France	100,00	Glob.	100,00
SOMUPI.	France	66,00	Glob.	66,00
SOPACT	France	50,00	Glob.	50,00
ACM GMBH	Allemagne	100,00	Glob.	100,00
GEORG ZACHARIAS	Allemagne	50,00	Glob.	50,00
ILG AUSSENWERBUNG	Allemagne	25,00	Glob.	50,00
ILG AUSSENWERBUNG ZACHARIAS	Allemagne	10,00	Equiv.	20,00
ILG WERBE	Allemagne	25,00	Glob.	50,00
JCD DEUTSCHLAND	Allemagne	100,00	Glob.	100,00
JCD STADTMOBLIERUNG DRESDEN	Allemagne	100,00	Glob.	100,00
KLETT DECAUX	Allemagne	50,00	Glob.	50,00
MGM ALLEMAGNE.	Allemagne	50,00	Glob.	50,00
NUREMBERG	Allemagne	17,50	Equiv.	35,00
R.G.S	Allemagne	25,00	Glob.	50,00
JCD UK	Angleterre	100,00	Glob.	100,00
JC DECAUX AUSTRALIA	Australie	100,00	Glob.	100,00
JCD STREET FURNITURE AUSTRALIA	Australie	100,00	Glob.	100,00
ACM BELGIQUE	Belgique	100,00	Glob.	100,00
JCD BELGIQUE	Belgique	100,00	Glob.	100,00
JCD DO BRASIL	Brésil	100,00	Glob.	100,00
AFA JC DECAUX	Danemark	50,00	Glob.	50,00
CEMUMA SA	Espagne	75,00	Glob.	75,00
MOBILIARIO URBANO.	Espagne	100,00	Glob.	100,00
JC DECAUX BOSTON	Etats-Unis	100,00	Glob.	100,00
JC DECAUX CHICAGO	Etats-Unis	100,00	Glob.	100,00
JC DECAUX INTERACTIVE	Etats-Unis	100,00	Glob.	100,00
JC DECAUX MALLSCAPE	Etats-Unis	100,00	Glob.	100,00
JC DECAUX NEW-YORK	Etats-Unis	70,00	Glob.	70,00
JC DECAUX UNITED STREET FURNITURE.	Etats-Unis	100,00	Glob.	100,00
JC DECAUX USA	Etats-Unis	100,00	Glob.	100,00
FAMIGRO	Finlande	46,81	Glob.	46,81
MAXIMEDIA	Finlande	65,08	Glob.	95,41
JC DECAUX ATLANTIS	Iles Canaries	85,00	Glob.	85,00
AFA JCD ICELAND	Islande	50,00	Glob.	100,00
JCD LUXEMBOURG	Luxembourg	100,00	Glob.	100,00
JCD NORGE	Norvège	83,09	Glob.	93,80
PUBLEX BV	Pays-Bas	50,00	Glob.	50,00
V.K.M BV	Pays-Bas	50,00	Glob.	50,00
JCD PORTUGAL	Portugal	100,00	Glob.	100,00
PURBE	Portugal	100,00	Glob.	100,00
JC DECAUX MESTSKY MOBILIAR.	Rép Tchèque	100,00	Glob.	100,00
JCD SINGAPOUR	Singapour	100,00	Glob.	100,00
JCD SLOVAQUIE	Slovaquie	100,00	Glob.	100,00
ARE	Suède	96,46	Glob.	100,00
ARE JC DECAUX AB	Suède	96,46	Glob.	100,00
JCD SVERIGE	Suède	96,46	Glob.	96,46
JC DECAUX THAILANDE	Thaïlande	95,15	Glob.	95,15
ACTIVITE AFFICHAGE				
AGUESSEAU	France	100,00	Glob.	100,00
AVENIR.	France	100,00	Glob.	100,00
JCD PUBLICITE LUMINEUSE	France	100,00	Glob.	100,00
JCD MEDIA SERVICES.	Angleterre	100,00	Glob.	100,00
GROUPE MARGINHELP	Angleterre	100,00	Glob.	100,00
MILLS & ALLEN GROUP	Angleterre	100,00	Glob.	100,00

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

SOCIETES	PAYS	% D'INTERET	METHODE DE CONSOLIDATION	% DE CONTROLE
MILLS & ALLEN Holdings	Angleterre	100,00	Glob.	100,00
MILLS & ALLEN Ltd	Angleterre	100,00	Glob.	100,00
PEARL & DEAN GROUP PTY LTD	Australie	100,00	Glob.	100,00
PEARL & DEAN PTY LTD	Australie	100,00	Glob.	100,00
PEARL & DEAN FIJI LTD	Australie	100,00	Glob.	100,00
BELGOPOSTER	Belgique	100,00	Glob.	100,00
JCD PUBLICITE LUMINEUSE	Belgique	100,00	Glob.	100,00
AFFICHAGE NOUVEL ESSOR	Belgique	61,15	Glob.	61,15
AVENIR CENTRO	Espagne	100,00	Glob.	100,00
AVENIR ESPANA	Espagne	100,00	Glob.	100,00
JCD PUBLICIDAD LUMINOSA	Espagne	99,98	Glob.	99,98
AVENIR BUDAPEST	Hongrie	55,00	Glob.	55,00
JCD NEONLIGHT BUDAPEST	Hongrie	82,00	Glob.	100,00
DAVID ALLEN NORTH	Irlande	100,00	Glob.	100,00
DAVID ALLEN POSTER SITES	Irlande	100,00	Glob.	100,00
DAVID ALLEN SOUTH	Irlande	100,00	Glob.	100,00
SOLAR SUMMERBOOK	Irlande	100,00	Glob.	100,00
JCD COMMUNICATION EXTERIEURE				
Italie	Italie	100,00	Glob.	100,00
EUROPOSTER BV	Pays-Bas	100,00	Glob.	100,00
JCD NEONLIGHT POLSKA	Pologne	60,00	Glob.	60,00
AVENIR PRAHA	Rép Tchèque	90,00	Glob.	90,00
JCD NEONLIGHT SRO	Rép Tchèque	100,00	Glob.	100,00
JCD NEONLIGHT HOLDINGS PTE LTD	Singapour	100,00	Glob.	100,00
AUTEDOR	Portugal	22,95	Equiv.	22,95
CENTECO	Portugal	31,50	Equiv.	31,50
PLACA	Portugal	45,00	Equiv.	45,00
RED PORTUGUESA PUBLICIDAD	Portugal	34,93	Equiv.	34,95
AFFICHAGE Holding	Suisse	30,00	Equiv.	30,00
JCD NEONLIGHT SIAM CO	Thaïlande	49,49	Glob.	95,13
ACTIVITE TRANSPORT				
AP Systèmes	France	99,58	Glob.	99,58
JCD COMMUNICATION T	France	100,00	Glob.	100,00
RCI	France	100,00	Glob.	100,00
SKY SITES Ltd	Angleterre	100,00	Glob.	100,00
MILLS & ALLEN GROUP PTY LTD	Australie	100,00	Glob.	100,00
PEARL & DEAN PUBLISHING	Australie	100,00	Glob.	100,00
AEROSISTEMAS	Espagne	99,53	Glob.	99,95
JCD TRANSPORT MEDIA INC.	Etats-Unis	100,00	Glob.	100,00
SKY SITES INC.	Etats-Unis	100,00	Glob.	100,00
PEARL & DEAN LTD HONG-KONG	Hong Kong	100,00	Glob.	100,00
PEARL & DEAN MEDIA SDN BHD	Malaisie	100,00	Glob.	100,00
APS POLSKA	Pologne	99,58	Glob.	100,00
APS PUBLICIDADE	Portugal	84,65	Glob.	85,00
JCD PEARL & DEAN PTE LTD	Singapour	100,00	Glob.	100,00
POSTERADS	Singapour	100,00	Glob.	100,00
HOLDINGS				
JCDECAUX S.A.	France	100,00	Mère	100,00
JCD UNITED LTD.	Angleterre	100,00	Glob.	100,00
JCD ASIA SINGAPORE PTE	Singapour	100,00	Glob.	100,00

Notes:

Glob. = intégration globale

Equiv. = Mise en équivalence

7. EVENEMENTS SUBSEQUENTS

En vue de l'introduction en bourse prévue en 2001, le Groupe va poursuivre sa restructuration interne conduisant à la simplification de l'organigramme juridique.

En France, ceci se traduira par la fusion-absorption de JCD Communication (T), RPMU et JCDecaux Services dans JCDecaux SA.

Dans le cadre de l'introduction en bourse que la société a l'intention de réaliser, une augmentation de capital et des options de souscription d'actions réservées aux salariés sont envisagées.

5.2.3 Comptes sociaux

RAPPORT GENERAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

Exercice clos le 31 décembre 2000

Messieurs,

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 2000, sur :

- le contrôle des comptes annuels, de la Société JCDECAUX S.A., établis en Euros, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- les vérifications spécifiques et les informations prévues par le Code de Commerce.

Les comptes annuel ont été arrêtés par votre Conseil de Surveillance. 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 de la profession ; 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 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 — VERIFICATION ET INFORMATIONS SPECIFIQUES

Nous avons également procédé, conformément aux normes de la profession, aux vérifications spécifiques prévues par le Code de Commerce.

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 Conseil de Surveillance et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels.

En application du Code de Commerce, nous sommes assurés que les diverses informations relatives aux prises de participation et de contrôle vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Fait à Paris, le 9 mars 2001

Les Commissaires aux Comptes

BARBIER, FRINAULT ET AUTRES

FIDUCIAIRE REVISUNION

Patrick MALVOISIN

Yves FLOURY

ACTIF	Note	en millions d'euros		
		2000	1999	1998
Immobilisations incorporelles : Valeurs Brutes		27,5	11,1	3,9
Amortissements	(3)	(9,2)	(2,5)	(1,5)
Valeurs nettes		18,3	8,6	2,4
Immobilisations corporelles : Valeurs Brutes		34,3	28,3	25,0
Amortissements	(4)	(23,0)	(18,6)	(16,5)
Valeurs nettes		11,3	9,7	8,5
Immobilisations financières : Valeurs Brutes		1 707,9	1126,2	202,6
Provisions	(5)	(16,8)	(16,9)	(7,3)
Valeurs nettes		1 691,1	1 109,3	195,3
ACTIF IMMOBILISE.		<u>1 720,7</u>	<u>1 127,6</u>	<u>206,2</u>
Stocks : Valeurs Brutes		—	—	—
Provisions		—	—	—
Valeurs nettes		—	—	—
Clients : Valeurs Brutes		56,3	28,4	14,7
Provisions		—	—	—
Valeurs nettes		56,3	28,4	14,7
Autres créances : Valeurs Brutes		24,2	17,8	26,3
Provisions		—	—	(1,6)
Valeurs nettes		24,2	17,8	24,7
Valeurs mobilières de placement (net)	(6)	9,0	—	27,1
Disponibilités	(7)	26,3	0,2	2,3
Charges à répartir	(8)	6,3	8,2	0,5
Comptes de régularisation	(10)	5,3	4,3	2,5
ACTIF CIRCULANT		<u>127,4</u>	<u>58,9</u>	<u>71,8</u>
TOTAL ACTIF		<u><u>1848,1</u></u>	<u><u>1186,5</u></u>	<u><u>278,0</u></u>

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

PASSIF	Note	(en millions d'euros)		
		2000	1999	1998
Capital Social	(11)	2,7	2,6	2,6
Primes d'émission, de fusion et d'apport	(11)	244,2	82,1	82,1
Réserves	(11)	6,6	6,6	6,6
Report à nouveau		121,9	137,4	61,4
Résultat de l'exercice		104,8	8,7	76,0
Provisions réglementées.		3,4	2,9	4,0
CAPITAUX PROPRES		483,6	240,3	232,7
Provisions pour risques et charges.	(12)	1,1	0,8	0,6
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	(9)	1 155,5	773,9	1,7
Emprunts et dettes financières divers	(9)	93,0	85,5	14,2
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	(9)	51,5	26,5	14,6
Dettes fiscales et sociales.	(9)	9,2	4,4	3,1
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	(9)	5,0	26,6	8,1
Autres dettes	(9)	46,1	25,6	2,8
Comptes de régularisation	(10)	3,1	2,9	0,2
TOTAL PASSIF		1 848,1	1 186,5	278,0

COMPTE DE RESULTAT	Note	en million d'euros		
		2000	1999	1998
CHIFFRE D'AFFAIRES NET	(14)	80,8	58,5	45,7
Production immobilisée		10,1	—	—
Reprises sur amortissements et provisions, transfert de charges		8,9	8,7	0,7
Autres produits		0,6	0,1	1,5
TOTAL DES PRODUITS D'EXPLOITATION		100,4	67,3	47,9
Achats de matières premières et autres approvisionnements		—	—	—
Autres achats et charges externes		(97,3)	(58,0)	(43,4)
Impôts, taxes et versements assimilés		(0,3)	(0,3)	(0,3)
Salaires et traitements		(2,6)	(0,9)	(0,9)
Charges sociales		(0,6)	(0,3)	(0,3)
Dotations aux amortissements et provisions . .		(13,5)	(4,7)	(2,5)
Autres charges		(1,3)	—	—
TOTAL DES CHARGES D'EXPLOITATION		(115,6)	(64,2)	(47,4)
RESULTAT D'EXPLOITATION		(15,2)	3,1	0,5
RESULTAT FINANCIER		(19,2)	2,6	80,5
RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS . .		(34,4)	5,7	81,0
Charges exceptionnelles	(15)	(27,4)	(0,5)	(2,4)
Produits exceptionnels	(15)	166,6	1,7	—
RESULTAT EXCEPTIONNEL		139,2	1,2	(2,4)
Impôts sur les bénéfices		—	1,8	(2,6)
RESULTAT		104,8	8,7	76,0

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

ANNEXE AUX COMPTES SOCIAUX 2000 JC DECAUX SA

Les comptes annuels de l'exercice clos le 31 décembre 2000 ont été arrêté par le directoire avec un chiffre d'affaires s'élevant à 80,8 millions d'euros, un résultat de 104,8 millions d'euros et un total de bilan de 1 848,1 millions d'Euros.

Au mois d'octobre 2000, la société MC.PE a été absorbée par voie de fusion avec effet rétroactif au 1er janvier 2000. Cette fusion a été effectuée aux valeurs nettes comptables.

De plus, la société a procédé le 30 octobre 2000 à une augmentation de capital en rémunération d'apports en nature.

Par ailleurs, la société a apporté ses participations dans les sociétés SEG et SFCM dans le cadre de leur absorption par voie de fusion par la société JC DECAUX Mobilier Urbain.

Enfin, la société a annoncé au cours de l'exercice son intention de procéder à une introduction en bourse. Cette procédure devrait être réalisée au cours du premier semestre 2001.

Note 1 Principes, règles et méthodes comptables

1 Principes généraux

Les comptes annuels de l'exercice clos le 31 décembre 2000 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 d'un exercice à l'autre,
- indépendance des exercices.

L'évaluation des éléments inscrits en comptabilité est faite selon la méthode des coûts historiques.

2 Principales méthodes utilisées

a. 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.

a1. Immobilisations incorporelles

Les frais externes engagés par la société pour préparer l'introduction en bourse qu'elle a l'intention de réaliser ont été portés en frais d'établissement. Conformément aux dispositions comptables et fiscales en vigueur, ces frais sont amortis partiellement sur l'année 2000. En 2001, lors de la réalisation de l'introduction par voie d'augmentation de capital, ces frais seront imputés sur la prime d'émission constatée lors de cette augmentation de capital.

Les autres immobilisations incorporelles sont constituées principalement par des logiciels. Elles sont amorties sur une période de 1 à 3 ans sur un mode linéaire au prorata temporis.

a2. 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 |
| – Instal. Techniques, Matériel et outillage | linéaire ou dégressif 5 ans |
| – Matériel de transport | linéaire 4 ans |
| – Matériel de bureau et informatique | dégressif ou linéaire 3 ou 5 ans |
| – Mobilier | linéaire 10 ans |

a3. *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 est inférieure à leur coût d'acquisition.

Cette valeur d'utilité est déterminée par référence à des prix de transaction actuels et aux perspectives de résultats futurs desdites sociétés. En l'absence de perspective présentant des assurances satisfaisantes, la méthode retenue est celle de la quote-part de situation nette.

b. *Actif circulant*

b1. *Stocks et en cours*

La société ne détient pas de stock au 31/12/2000.

b2. *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.

b3. *Charges constatées d'avance*

Conformément à la règle d'indépendance des exercices, les charges se rapportant aux exercices 2001 et ultérieurs sont enregistrées dans ce compte.

c. *Passif*

c1. *Provisions pour risques et charges*

Des provisions sont constituées pour faire face à des risques potentiels ou à des charges à prévoir.

Provision pour indemnités de fin de carrière

Les droits acquis par les salariés en activité donnent lieu à la constitution d'une provision pour charges au titre des indemnités de fin de carrière. Cette provision est déterminée sur la base d'une évaluation actuarielle des différents paramètres retenus en la matière minorée des sommes versées aux organismes spécialisés.

c2. *Produits constatés d'avance*

Conformément à la règle de l'indépendance des exercices, les produits se rapportant aux exercices 2001 et ultérieurs sont enregistrés dans ce compte.

Note 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 :

JC DECAUX HOLDING
17, Rue Soyier
92523 NEUILLY CEDEX

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

Note 3 Immobilisations incorporelles

	en millions d'euros			Valeurs au 31.12.00
	Valeurs au 01.01.00	Augmentations	Diminutions	
Immobilisations incorporelles	11,1	16,6	0,3	27,5
Amortissements et provisions	2,5	6,7	0	9,2
Valeurs nettes	<u>8,6</u>	<u>9,9</u>	<u>0,3</u>	<u>18,3</u>

Les immobilisations incorporelles sont constituées pour l'essentiel de logiciels et des frais engagés pour préparer l'introduction en bourse que le Groupe envisage de réaliser.

Les éventuels frais de recherche et de développement encourus au cours de l'exercice sont comptabilisés en charge.

Note 4 Immobilisations corporelles

	en millions d'euros			Valeurs au 31.12.00
	Valeurs au 01.01.00	Augmentations	Diminutions	
Immobilisations corporelles	28,3	7,1	1,1	34,3
Amortissements et provisions	18,6	4,5	0,1	23,0
Valeurs nettes	<u>9,7</u>	<u>2,6</u>	<u>1,0</u>	<u>11,3</u>

Les immobilisations corporelles sont principalement constituées de constructions, d'agencements et de matériel informatique.

Note 5 Immobilisations financières

	en millions d'euros			Valeurs au 31.12.00
	Valeurs au 01.01.00	Augmentations	Diminutions	
Participations	1 090,8	499,4	20,2	1 570,2
Créances rattachés à des participations	34,8	97,4	7,7	124,5
Prêts et autres immobilisations financières	0,5	12,8		13,3
Valeurs brutes	<u>1 126,2</u>	<u>609,6</u>	<u>27,8</u>	<u>1 707,9</u>
Amortissements et provisions	16,9	5,1	5,2	16,8
Valeurs nettes	<u>1 109,3</u>	<u>604,5</u>	<u>22,6</u>	<u>1 691,1</u>

L'augmentation des titres de participations a principalement pour origine les opérations suivantes:

- l'acquisition des titres Affichage Holding pour 145,9 M€
- les opérations de fusion SEG/SFCM/JCDecaux Mobilier Urbain pour 145,7 M€
- des apports minoritaires de sociétés du groupe à JCDecaux SA pour 162 M€
- l'acquisition des titres OWB pour 23,2 M€.

Note 6 Valeurs mobilières de placement

Le portefeuille est constitué de 10 Monéprimes (BNP) d'une valeur unitaire de 904 171 euros. La valeur liquidative unitaire au 31 Décembre 2000 s'élève à 909 762 Euro.

Note 7 Disponibilités

	en millions d'euros		
	2000	1999	1998
Effets à l'encaissement			
Banques et comptes courants	26,3	0,2	2,3
CCP			
Caisse			
TOTAL	<u>26,3</u>	<u>0,2</u>	<u>2,3</u>

Note 8 Charges à répartir sur plusieurs exercices

	en millions d'euros		
	2000	1999	1998
Projet déploiement	0,4	0,6	0,5
Frais d'émission d'emprunts (1 ^{er} emprunt)	0	7,6	—
Frais d'émission d'emprunt (2 ^{ème} emprunt)	5,8	—	—
TOTAL	<u>6,3</u>	<u>8,2</u>	<u>0,5</u>

Au mois de septembre 2000, la société a procédé à une renégociation de son endettement bancaire. Cette renégociation a eu pour conséquence un remboursement anticipé de l'emprunt antérieurement souscrit et la souscription d'un nouvel emprunt. De ce fait, les frais d'émission sur l'emprunt initial ont été intégralement amortis sur l'exercice. Ainsi, l'évolution du poste sur l'année 2000 s'analyse comme suit :

	en millions d'euros			
	01/01/2000	Augmentations	Amortissements	31/12/2000
Projet déploiement	0,6	0	0,2	0,4
Frais d'émission 1 ^{er} emprunt	7,6	0	7,6	0
Frais d'émission 2 ^{ème} emprunt	0	7,3	1,5	5,8
	<u>8,2</u>	<u>7,3</u>	<u>9,2</u>	<u>6,3</u>

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

Note 9 Echéances des créances et dettes

	en millions d'euros			
	Total	A moins d'un an	A plus d'un an	A plus de cinq ans
Créances	221,9	186,8	35,1	—
Dettes	1 360,3	290,5	1 069,3	0,5

Les dettes de la société incluent notamment l'endettement lié au financement des acquisitions du Groupe. Cet endettement a été conclu pour cinq ans à l'origine et porte intérêt sur la base de l'Euribor et de la notation de l'entreprise. Au 31 Décembre 2000, cet endettement s'élève à M€ 1 130.

Note 10 Charges et produits constatés d'avance

	en millions d'euros		
	2000	1999	1998
Divers	ns	ns	0,1
Instruments financiers (primes sur options de taux)	4,4	3,3	—
Charges Constatées d'Avance	4,4	3,3	0,1
Ecart de conversion actif	0,9	0,8	2,4
Total Comptes de régularisation	5,3	4,3	2,5

	en millions d'euros		
	2000	1999	1998
Instruments financiers (primes sur options de taux)	0,3	0,3	—
Produits Constatés d'Avance	0,3	0,3	—
Ecart de conversion actif	2,8	2,6	0,2
Total Comptes de régularisation	3,1	2,9	0,2

Note 11 Capitaux propres

	en millions d'euros					2000	31/12/2000
	31/12/1999	Fusion MCPE	Augmentation capital	Affectation du résultat 1999			
Capital	2,6	—	0,1	—	—	—	2,7
Prime d'émission	—	—	—	—	—	—	—
Prime de fusion	—	0,2	—	—	—	—	0,2
Prime d'apports	82,1	—	161,9	—	—	—	244
Réserve légale	0,2	—	—	—	—	—	0,2
Réserve PV nettes LT.	3,3	—	—	—	—	—	3,3
Autres réserves.	3,1	—	—	—	—	—	3,1
Report à Nouveau	137,4	—	—	(15,5)	—	—	121,9
Résultat de l'exercice	8,7	—	—	(8,7)	104,8	—	104,8
Provisions réglementées.	2,9	—	—	—	0,5	—	3,4
	<u>240,3</u>	<u>0,2</u>	<u>162,0</u>	<u>(24,2)</u>	<u>105,3</u>		<u>483,6</u>

Le capital social de 2 685 962 euros est composé au 31 décembre 2000 de 176 187 464 actions entièrement libérées, la société ayant procédé en 2000 à une division par mille des actions composant le capital social.

Note 12 Provisions pour risques et charges

	en millions d'euros				
	Montants au 01.01.00	Effet des Fusions	Dotations 2000	Reprises 2000	Montants au 31.12.00
Provisions pour risques					
- Autres provisions	0,8	1,6	0,1	1,4	1,1
Provisions pour charges					
- Provision pour IFC	0	0,8	—	0,8	—
- Autres provisions					
	<u>0,8</u>	<u>2,4</u>	<u>0,1</u>	<u>2,2</u>	<u>1,1</u>
TOTAL PROVISIONS RISQUES ET CHARGES	<u>0,8</u>	<u>2,4</u>	<u>0,1</u>	<u>2,2</u>	<u>1,1</u>

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

Note 13 Situation fiscale latente : allègement (+) et accroissement (-) de la dette future d'impôt

	en millions d'euros		
	2000	1999	1998
Déficit ordinaire	0	0	0
Amortissements réputés différés	0	0	0
Indemnités de fin de carrière	0,1	0	0,1
Autres provision pour risques et charges	0	0	0
Plus value latente sur V.M.P.	0,1	0	0,5
Participation des salariés	0	0	0
Contribution sociale de solidarité	0,1	0,1	0,1
Gain/perte latente de change	0,5	0,8	ns
Charges à répartir	(0,4)	(0,6)	(0,5)
Moins value nette à long terme	13,7	13,4	3,9
Autres	ns	ns	0
TOTAL	14,1	13,7	4,1

La plus value sur échanges de titres réalisée dans le cadre de l'absorption des sociétés SEG et SFCM par voie de fusion avec la société JC Decaux Mobilier Urbain a été placée sous le régime spécial prévu par l'article 210-A du Code Général des Impôts. La société JC Decaux SA n'ayant pas l'intention de céder les titres de la société JC Decaux Mobilier Urbain, il n'a pas été tenu compte de cette plus value dans la situation fiscale latente de la société. Les apports de titres opérés en 2000 ayant été réalisés également en sursis d'imposition, ces éléments n'ont pas été pris en compte dans la situation fiscale latente de la société, celle-ci n'ayant pas l'intention de céder les titres apportés.

De plus, conformément aux termes de la convention d'intégration fiscale conclue avec la société JC Decaux Holding, le déficit fiscal de la période est pris en compte dans le résultat de l'ensemble des sociétés du périmètre d'intégration.

Note 14 Répartition du chiffre d'affaires

En millions d'euros	2000	1999	1998
France	72,5	54,6	45,7
Export	8,3	3,9	NS
TOTAL	80,8	58,5	45,7

Le chiffre d'affaires est constitué majoritairement de prestations rendues aux sociétés du Groupe (locations et prestations de services).

Note 15 Produits et charges exceptionnels

	en millions d'euros		
	2000	1999	1998
VNC des éléments d'actifs cédés	0,5	Ns	Ns
Prov. Pour implantation à l'étranger.	0,5	0,4	2,4
Cession de titres	0,1	0,1	—
Echange titres SEG/JC DECAUX MU	14,6	—	—
Echange titres SFCM/JC DECAUX MU	5,3	—	—
Reprise frais/acq AVENIR	6,4	—	—
Total des charges exceptionnelles	27,4	0,5	2,4

	en millions d'euros		
	2000	1999	1998
Produits des éléments d'actifs cédés	—	Ns	Ns
Rep. Prov. Pour implantation à l'étranger	—	1,5	—
Cession de titres	0,1	0,1	—
Divers.	0,4	0,1	—
Cession immo ex MCPE	0,5	—	—
Echange titres SEG/JC Decaux MU.	92,0	—	—
Echange titres SFCM/JC Decaux MU.	73,6	—	—
Total des produits exceptionnels.	166,6	1,7	Ns

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

Note 16 Charges a payer et produits a recevoir

	en millions d'euros		
	2000	1999	1998
CHARGES A PAYER			
<i>Dettes financières</i>			
– Emprunts obligataires.	—	—	—
– Autres emprunts obligataires.	—	—	—
– Emprunts et dettes auprès ets crédit	1,1	0,2	0,2
– Emprunts dettes financières divers	4,1	1,0	—
<i>Dettes exploitation</i>			
– Dettes fourn. et comptes rattachés	17,7	23,8	0,8
– Dettes fiscales et sociales	3,1	4,1	0,3
<i>Dettes diverses</i>			
– Dettes sur immo.et comptes rattachés	—	0,3	0,3
– Dettes fiscales	—	—	—
– Autres dettes.	0,1	0,1	1,8
– Instruments de trésorerie	0,5	—	—
PRODUITS A RECEVOIR			
<i>Immobilisations financières</i>			
– Créances rattachées à des participations			
– Prêts	2,3	2,5	1,4
– Autres immobilisations financières	0,1	0,1	0,1
<i>Créances d'exploitation</i>			
– Créances clients et comptes rattachés.	14,0	26,8	1,0
– Autres créances	3,6	5,2	0,2
<i>Créances diverses</i>			
– Dividendes à recevoir.	—	1,1	—
– Instruments de trésorerie	1,9	0,2	2,4
<i>Disponibilités (rétrocession)</i>	0,6	—	0,3

Note 17 Ventilation de l'impôt sur les bénéfices

	en millions d'euros		
	Résultat avant impôts	Impôts	Résultat après impôts
Résultat courant	(34,4)	—	(34,4)
Résultat exceptionnel	139,2	—	139,2
Résultat comptable	104,8	—	104,8

La société JC DECAUX SA a conclu une convention d'intégration fiscale avec la société

JC Decaux Holding
17, rue Soyer
92523 Neuilly.

Cette convention a pris effet au 1^{er} Janvier 2000.

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 de la société intégrante.

Note 18 Engagements hors bilan

	En milliers	
	Engagements donnés	Engagements reçus
Aval et Cautions		
Unibank – caution donnée par DX SA pour JCDX NORGE	50 000 NOK	
BFCE – garantie de bonne exécution de contrat	40 000 PTE	
BFCE – contrat de couverture en devises	3 500 GBP	5 803 EUR
Taux de couverture 10.867 échéance 08.01.2001		
Paribas – contrat de couverture en devises		
Taux de couverture 10.62 échéance 08.01.2001	4 700 GBP	7 609 EUR
Taux de couverture 4.0236 échéance 08.01.2001	3 374 EUR	5 500 AUD
Taux de couverture 4.2723 échéance 31.01.2001	1 850 CHF	1 205 EUR
Taux de couverture 4.4232 échéance 28.02.2001	2 000 SGD	1 349 EUR
Taux de couverture 4.0743 échéance 30.03.2001	5 700 SGD	3 540 EUR
Taux de couverture 7.0261 échéance 31.01.2001	6 600 USD	7 069 EUR
OBC – Aérosistemas	233,855 ESP	
CCF – caution Brésil Prefeitura da civile rio	1 500 BRI	
CCF – caution Brésil Prefeitura do Salvador.	375 BRL	
SG – Aéroport international ATHENES	40 000 GRD	
SG – VIVENDI – garantie de paiement d’actions	20 000 FRF	
SG – contrat de couverture en devises		
Taux de couverture 1.0097 % échéance 08.01.2001	1 154 EUR	7,500 HKD
BNP – Caution LTA SINGAPOUR.	2 223 SGD	
BNP – URUGUAY	11 USD	
BNP – JCDX AUSTRALIA	45 000 AUD	
Port Authority of New York – SKY SITES INC	15 400 USD	
MTR (Hong Kong) – JCD PEARL DEAN LTD	200 000 HKD	
HSBC CCF – SKY SITES INC	7 000 USD	
HSBC CCF – MOBILIARIO URBANO	500 000 ESP	
HSBC CCF – JCD ATLANTIS	800 000 ESP	
HSBC CCF – MOBILIARIO URBANO	1 500 000	
	ESP	
HSBC CCF – JCD ATLANTIS	250 000 ESP	
HSBC – MOBILIARIO URBANO	640 000 ESP	
Autres engagements financiers		
– Titres à recevoir/prix à payer	139 693 FIM	139 693 FIM
– Ligne de crédit disponible		195 000 EUR
– Garantie de remboursement	44 000 USD	

Recapitulatif

	En milliers	
	Engagements donnés	Engagements reçus
Aval et Cautions.	113 922 EUR	
Couvertures.	25 300 EUR	25 300 EUR
Autres engagements financiers.	23 945 EUR	218 945 EUR

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

Note 19 Instruments financiers

	en millions d'euros				
	Actifs financiers	Passif financiers	Actifs – Passifs	Hors Bilan	Différentiel
USD.	6,2	0,2	6,0	(7,1)	(1,1)
GBP.	16,7	0,4	16,3	(13,1)	3,2
SGD.	1,2	0,8	0,4	(4,8)	(4,4)
SEK.	3,6	0,01	3,5	—	3,5
AUD	0,3	3,6	(3,3)	3,3	0
NOK	1,7	0	1,7	—	1,7
JPY	0,3	0,3	0	—	0
HKD	0,1	1,0	(0,9)	1,0	0,1
CHF	1,2	0	1,2	(1,2)	0
Autres devises	0,3	0	0,3	—	0,3
	31,6	6,3	25,2	(21,9)	3,3
	31,6	6,3	25,2	(21,9)	3,3

Positions face au risque de taux d'intérêt en milliers d'euros

Risque de taux	En cours au 31/12/2000
Bilan	
– Actifs financiers ⁽¹⁾	135 426
– Passifs financiers ⁽²⁾	1 243 797
– Total actifs – passifs	1 108 371
Hors Bilan⁽³⁾	0
Différentiel	(1 108 371)
Positions conditionnelles⁽⁴⁾	945 184

(1) Obligations, bons du trésor, autres titres de créances négociables, prêts et avances, actifs divers ...

(2) Dépôts, titres de créances négociables, emprunts obligataires, autres emprunts et dettes, passif divers ...

(3) Titres à rémunérer, MATIF, autres contrats à terme de taux, FRA, contrats d'échange de taux, Autres engagements hors-bilan

(4) Options, caps, floors, collars, engagements futurs (prêts, emprunts, commandes...), renégociations...

Note 20 Remuneration des dirigeants

La rémunération des organes de direction n'est pas communiquée, car cela conduirait à donner une rémunération individuelle

Le montant versé aux cinq personnes les mieux rémunérées en 2000 s'élève à 0,75 millions d'euros.

Note 21 Effectif

La ventilation des effectifs moyen par catégorie est la suivante :

Catégorie	2000	1999	1998
Cadres.	9	7	7
Employés	—	—	—
Ouvriers.	—	—	—
Total	9	7	7
	9	7	7

Note 22 Autres informations

Dans le cadre de l'introduction en bourse que la société a l'intention de réaliser, une augmentation de capital et des options de souscriptions d'actions réservées aux salariés sont envisagées.

Note 23 Preparation du passage à l'euro

La société a d'ores et déjà établi son plan d'action permettant le passage à l'Euro.

Note 24 Opérations réalisées avec des entreprises liées

Postes du bilan et du compte de résultat	en millions d'euros		
	2000	1999	1998
BILAN (en valeur brute)			
Immobilisations financières :			
– Participations	1 570,2	1 090,8	172,0
– Provisions sur participations financières	(16,2)	(16,5)	(7,0)
– Créances sur Participations	124,6	34,8	25,1
– Provisions sur créances sur participations	(0,7)	(0,5)	(0,3)
– Prêt	12,8	0,5	5,0
– Dépôts et cautionnements versés	ns	ns	ns
Créances :			
– Créances clients et comptes rattachés.	56,2	28,4	14,6
– Autres créances	3,1	5,1	17,3
Disponibilités :	0,3	0,03	0,1
Dettes :			
– Emprunt et dettes auprès des établissements de crédit . . .	0,7	0,2	282,0
– Emprunt et dettes financières diverses	92,6	80,4	13,7
– Dépôts et cautionnements reçus	0,5	0,5	0,5
– Dettes fournisseurs et comptes rattachés	44,5	23,3	9,1
– Autres dettes.	45,4	24,7	0
COMPTE DE RESULTAT			
Charges d'exploitation.	65,3	42,2	30,3
Produits d'exploitation	81,4	58,7	43,8
Charges financières :			
– Intérêts et charges assimilées	8,0	1,3	0,2
– Pertes sur créances liées à des participations	2,1		
Produits financiers :			
– Produits de participations	30,9	23,2	78,1
– Intérêts	3,0	1,5	4,5
Produits exceptionnels :	0	0,1	0

Note 25 Tableau des filiales et participations au 31.12.2000
(en milliers)

SOCIETES	Capital En devise		Autres Capitaux Propres ⁽¹⁾		Quote-part du capital en %		Valeur d'inventaire des titres détenus en €		Prêts et avances consentis par la société et non remboursés	Montant des cautions et avals fournis par la société (en devise)	Chiffre d'affaires H.T. de l'exercice 2000 €	Bénéfice net (ou perte) de l'exercice 2000 €	Dividendes encaissés par la société au cours de l'exercice €
	€		€		Brute	Nette	€	€					
Renseignements concernant les filiales et participations dont la valeur d'inventaire est significative													
A – FILIALES EN France													
SOMUPI	762 €		81		66		1 135	1 135	3 052	—	14 952	272	392
SOPACT	229 €		1 977		50		1 042	1 042	1 395	—	10 905	(35)	0
JC DECAUX MU	993 €		69 683		99,975		233 486	233 486	41 713	—	242 057	7 726	0
RPMU	394 €		117 966		92		15 519	15 519	2	—	247 585	29 122	0
JCDS	1 178 €		26 926		92,019		15 493	15 493	35 199	—	300 967	8 997	0
SEMUP	831 €		16 157		100		39 471	39 471	0,2	—	48 199	5 059	0
DPE	152 €		(5 749)		27,71		3 167	3 167	12 111	—	13 253	1 839	5 141
AVENIR	26 805 €		197 723		100		608 462	608 462	—	—	188 906	(5 116)	0
JCD COMMUNICATION.T	7 622 €		2 244		100		237 373	237 373	6 311	—	—	493	0
JCDX PUBLICITE LUMINEUSE	778 €		1 217		100		30 390	30 390	—	—	4 476	396	0
GOMMAGE GRAFFITIS	76 €		(6)		49,7		38	38	—	—	0	(5)	0

(1) : Capitaux propres hors capital social et résultat net de l'exercice.

SOCIETES	Valeur d'inventaire des titres détenus en FRF				Prêts et avances consentis par la société et non remboursés	Montant des cautions et avals fournis par la société (en devise)	Chiffre d'affaires H.T. de l'exercice 2000	Bénéfice net (ou perte) de l'exercice 2000	Dividendes encaissés par la société au cours de l'exercice
	Capital En devise	Autres Capitaux Propres ⁽¹⁾	Quote-part du capital en %	Brute					
B – FILIALES ETRANGERES									
MAXIMEDIA	2 225 FIM	104 031 FIM	28,449	6 104	—	24 942	6 233	0	0
JCD Belgique	6 250 BEF	344 614 BEF	100	42 193	—	24 283	1 187	1 051	1 051
ACM Belgique	2 501 BEF	32 097 BEF	100	4 320	—	3 798	1 172	779	779
JCD LUXEMBOURG	1 250 LUF	5 299 LUF	100	522	—	1 060	7	123	123
Affichage Holding	33 750 CHF		30	145 894	—	ND	ND	3 508	3 508
EL MOBILIARIO URBANO	500 000 ESP	1 611 765 ESB	100	11 988	2 097	37 122	6 718	0	0
CEMUMA SA	600 000 ESP	1 372 317 ESB	75	2 832	—	13 762	6 539	5 806	5 806
JCD UK	9 000 GBP	10 670 GBP	100	12 969	14 684	62 476	10 690	0	0
JCD DEUTSCHLAND	16 100 DEM	1 764 DEM	100	11 915	—	44 434	7 352	5 113	5 113
ACM GMBH	150 DEM	45 DEM	100	1 726	—	9 978	4 207	3 170	3 170
JCD MESTSKY	120 000 CZK	(148 072 CZK)	96,20	3 092	—	2 896	507	0	0
JCD SVERIGE	75 000 SEK	113 438 SEK	96,46	25 761	243	—	0	0	0
FAMIGRO	1 880 FIM	24 784 FIM	46,809	20 359	—	139 693 FIM	32	0	0
DECAUX ATLANTIS	450 000 ESB	(167 747 ESB)	80	2 114	21	2 937	728	0	0
JCDX STREET FURNITURE – AUSTRALIE	22 510 AUD	40 AUD	100	14 597	—	0	0	0	0
PURBE	12 000 PTE	2 400 PTE	100	37 847	—	4 406	2 371	298	298
MC DECAUX INC. JAPON	ND	ND	60	66	337	ND	ND	—	—
JCDX PORTUGAL	1 700 378 PTE	3 102 028 PTE	0,1	253	—	30 639	5 325	0	0
JCDX DO BRAZIL	5 367 BRL	(3 434 BRL)	100	3 962	1 689	1 489	(1 897)	0	0
JCDX NORGE	30 000 NOK	(26 666 NOK)	50,7	1 956	1 400	50 000 NGK	(1 686)	0	0
STATMOBI. SUISSE	ND	ND	98	155	—	ND	ND	0	0
JCDX GENEVE	250 CHF	ND	100	157	—	ND	ND	0	0
JCD SLOVAKIA	7 300 SKK	5 688 SKK	100	184	—	790	104	0	0
V K M BV	40 NLG	1 389 NLG	50	9	—	—	3 693	1 712	1 712
AFA JCD	7 200 DKK	11 373 DKK	50	2 209	—	10 468	512	0	0
PUBLEX BV	40 NLG	10 992 NLG	50	3 260	—	34 714	7 084	3 756	3 756
JCDX SINGAPOUR	7 500 SGD	(2 940 SGD)	100	4 495	1 348	1 723 SGD	(1 884)	0	0
JCDX ARGENTINE	165 ARS	ND	100	162	906	ND	ND	0	0
JCDX PUBLICITE LUMINEUSE									
NV BELGIQUE	70 000 BEF	4 930 BEF	70,68	274	—	2 768	382	23	23
C- AUTRES FILIALES ET PARTICIPATIONS *									

* En conformité avec le paragraphe 11 de l'article 24 du décret 83.1020 du 29.11.83, il a été estimé qu'une information filiale par filiale pourrait causer un préjudice grave.

(1) : Capitaux propres hors capital social et résultat net de l'exercice.

CHAPITRE 5

PATRIMOINE – SITUATION FINANCIERE – RESULTATS

RESULTATS FINANCIERS DE LA SOCIETE AU COURS DES 5 DERNIERS EXERCICES

NATURE DES INDICATIONS	1996	1997	1998	1999	2000
I – CAPITAL EN FIN D'EXERCICE					
a) Capital social (en EURO)	2 606 223	2 606 223	2 606 223	2 606 223	2 685 961
b) Nombre d'actions ordinaires	170 957	170 957	170 957	170 957	176 187 464 ⁽¹⁾
II – OPERATIONS ET RESULTATS DE L'EXERCICE (EURO)					
a) Chiffre d'affaires hors taxes	38 251 870	37 579 074	45 744 112	58 560 241	80 838 546
b) Résultat avant impôts et charges calculées (amortissements et provisions)	81 481 668	59 427 636	91 290 327	15 842 901	123 072 510
c) Impôts sur les bénéfices	6 932 570	5 703 496	2 608 447	(1 778 156)	0
d) Participation des salariés due au titre de l'exercice	0	0	0	0	0
e) Résultat après impôts et charges calculées (amortissements et provisions)	74 600 841	51 103 582	76 021 465	8 681 878	104 811 683
f) Résultat distribué	50 603 272	1 499 976 718	0	24 237 871	26 859 606 ⁽²⁾
III – RESULTAT PAR ACTION (en EURO)					
a) Résultat après impôts mais avant charges calculées (amortissement et prov.)	436	314	514	103	0,70
b) Résultat après impôts et charges calculées (amortissements et provisions)	436	298	445	51	0,59
c) Dividende net attribué à chaque action	45	1 338	0	141,8	0,15 ⁽²⁾
IV – PERSONNEL					
a) Effectif moyen des salariés employés pendant l'exercice	8	8	7	7	9
b) Montant de la masse salariale de l'exercice (en EURO)	898 694	1 093 663	848 612	906 803	2 594 782
c) Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux de l'exercice Sécurité Sociale, oeuvres sociales, etc ... (en EURO)	305 889	369 563	333 833	306 072	575 803

(1) En 2000, la société a procédé à une division par mille des actions composant le capital social.

(2) Sous réserve de l'approbation par l'assemblée générale des actionnaires de la proposition d'affectation du résultat 2000.

RAPPORT SPECIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS REGLEMENTEES

Exercice clos le 31 décembre 2000

Messieurs,

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 225-40 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 92 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 de la profession ; ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

Avec la société EL MOBILIARIO URBANO

Administrateurs concernés:

Messieurs Jean-François DECAUX, Jean-Charles DECAUX et Robert CAUDRON

Cautionnement

Nature, objet et modalités

Votre Conseil d'Administration du 27 avril 2000 a autorisé votre société à cautionner le prêt consenti par le Crédit Commercial de France à votre filiale EL MOBILIARIO URBANO à concurrence d'un montant de 500 000 000 Pesetas Espagnoles.

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 SOMUPI

1. Contrat de prêt

Nature et objet

Votre Conseil d'Administration du 1^{er} décembre 1997 a autorisé votre société à signer un contrat de prêt en faveur de la société SOMUPI.

Ce prêt de 3 506 327,40 Euros (23 000 000 Francs) est consenti jusqu'au 31 décembre 2004 à compter du 1^{er} décembre 1997 et utilisable par tirage minimum de 15 244,90 Euros (1 000 000 Francs) ; il est rémunéré au taux PIBOR à un an + 0,5 %.

Modalités

Au 31 décembre 2000, le solde s'élevait à 3 018 490,54 Euros (19 800 000 Francs). Les intérêts comptabilisés en produits au titre de ce prêt se sont élevés à 147 153,58 Euros (965 266 Francs), dont 33 825,54 Euros (221 881 Francs) en intérêts courus.

2. Contrat de prestations de services

Nature et objet

Votre société fournit son assistance et ses conseils dans l'accomplissement des opérations dans les domaines suivants :

- Informatique
- Comptabilité

- Etude juridique et secrétariat
- Social
- Services financiers et administratifs.

Modalités

Au titre de cette convention, votre société a comptabilisé un produit de 35 825,52 Euros (235 000 Francs).

3. Convention de gestion centralisée de trésorerie

Nature, objet et modalités

Votre Conseil d'Administration du 25 Mars 1996 a autorisé votre société à mettre en place une convention interne de gestion centralisée de trésorerie avec l'ensemble des sociétés dans lesquelles elle détient directement et/ou indirectement une partie du capital social.

La gestion centralisée des crédits et débits de ces sociétés par votre société agissant en qualité de Société Centralisatrice vis-à-vis des mandantes, permet d'éviter des immobilisations coûteuses, comme elle autorise la gestion optimale de la trésorerie des dites société.

Avec la société SOPACT

1. Contrat de prestations de services

Nature et objet

Votre société fournit son assistance et ses conseils dans l'accomplissement des opérations dans les domaines suivants :

- Informatique
- Comptabilité
- Etude juridique et secrétariat
- Social
- Services financiers et administratifs.

Modalités

Au titre de cette convention, votre société a comptabilisé un produit de 41 161,23 euros (270,000 francs).

2. Contrats de prêts

Nature et objet

- Votre Conseil d'Administration du 31 août 1995 a autorisé la conclusion de deux contrats de prêt en faveur de la société SOPACT :
 - Un prêt de 381 122,54 Euros (2 500 000 Francs) afin de financer ses investissements. Le contrat de prêt est rémunéré au taux PIBOR 1 an + 0,5 point et a prise effet à compter du 1^{er} septembre 1995 pour une durée de sept ans pour être remboursé annuellement par quart à compter de la quatrième année. Le montant restant dû au 31 décembre 2000 s'élève à 190 561,27 Euros (1 250 000 Francs).
 - Un prêt de 45 737,05 Euros (3 000 000 Francs) rémunéré au taux PIBOR 1 an + 0,5 point et prenant effet à compter du 31 octobre 1995 pour une durée de sept ans remboursable annuellement par quart à compter de la quatrième année. Le montant restant dû au 31 décembre 2000 s'élève à 228 673,53 Euros (1 500 000 Francs).
- Votre Conseil d'Administration du 12 février 1996 a autorisé votre société à signer un contrat de prêt en faveur de la société SOPACT.
 - Ce prêt de 762 245,09 Euros (5 000 000 Francs), destiné à financer ses investissements, a été consenti pour une durée de sept ans à compter du 15 février 1996. Le remboursement est prévu annuellement par quart à compter de la quatrième année soit dès le 15 février 2000 et il est

rémunéré au taux PIBOR à un an + 0,5 point. Le montant restant dû au 31 décembre 2000 s'élève à 571 683,81 Euros (3 750 000 Francs).

- Votre Conseil d'Administration du 5 février 1997 a autorisé votre société à signer un contrat de prêt en faveur de la société SOPACT.
- Ce prêt de 381 122,34 Euros (2 500 000 Francs), destiné à financer ses investissements, a été consenti pour une durée de sept ans à compter du 15 septembre 1997. Le remboursement est prévu annuellement par quart à compter de la quatrième année soit dès le 15 septembre 2001 et il est rémunéré au taux PIBOR à un an + 0,5 point.

Modalités

Votre société a comptabilisé en produits au titre des intérêts de ces prêts la somme de 83 373,91 Euros (546 897 Francs) sur l'exercice 2000.

3. Convention de gestion centralisée de trésorerie

Nature, objet et modalités

Votre Conseil d'Administration du 25 mars 1996 a autorisé votre société à mettre en place une convention interne de gestion centralisée de trésorerie avec l'ensemble des sociétés dans lesquelles elle détient directement et/ou indirectement une partie du capital social.

La gestion centralisée des crédits et débits de ces sociétés par votre société agissant en qualité de Société Centralisatrice vis-à-vis des mandantes, permet d'éviter des immobilisations coûteuses, comme elle autorise la gestion optimale de la trésorerie des dites sociétés.

Fait à Paris, le 9 mars 2001

Les Commissaires aux Comptes

BARBIER, FRINAULT ET AUTRES

FIDUCIAIRE REVISUNION

Patrick MALVOISIN

Yves FLOURY

CHAPITRE 6

ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE

6.1 MEMBRES DES ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE

L'assemblée générale extraordinaire des actionnaires du 9 octobre 2000 a transformé la forme d'administration de la société de société anonyme à conseil d'administration en société anonyme à directoire et conseil de surveillance.

6.1.1 Directoire et conseil de surveillance

6.1.1.1 Directoire

Le directoire est actuellement composé de 5 membres nommés par le conseil de surveillance. Messieurs Jean-François et Jean-Charles Decaux utilisent le titre de co-président de la Société à des fins commerciales et de relations publiques et disposent des mêmes pouvoirs de représenter la Société vis-à-vis des tiers. Ils exercent successivement les fonctions de président du directoire et de directeur général par roulement sur une période d'un exercice.

Directoire

Nom	Age	Fonction	Début du mandat
Jean-François Decaux	42	Président du directoire	9 octobre 2000
Jean-Charles Decaux	31	Directeur général et membre du directoire	9 octobre 2000
Robert Caudron	52	Membre du directoire	9 octobre 2000
Gérard Degonse	53	Membre du directoire	9 octobre 2000
Jeremy Male	43	Membre du directoire	9 octobre 2000

Jean-François Decaux (42 ans) est président du directoire et co-président de la Société depuis le 9 octobre 2000. Il est entré dans le Groupe en 1982 en tant que directeur des ventes publicitaires de JCDecaux Allemagne. Il est également membre du conseil d'administration et directeur général de la société JCDecaux Holding.

Jean-Charles Decaux (31 ans) est directeur général et co-président de la Société depuis le 9 octobre 2000. Il est entré dans le Groupe en 1989 en tant que directeur général en charge du développement de la filiale du Groupe en Espagne. Il est également président directeur général d'Avenir. Il est également membre du conseil d'administration et directeur général de la société JCDecaux Holding.

Robert Caudron (52 ans) est membre du directoire depuis le 9 octobre 2000. Il exerce les fonctions de directeur général-opérations de la Société depuis le 1^{er} juillet 2000. Il est entré dans le Groupe en décembre 1984 en tant que directeur financier de la société JCDecaux Mobilier Urbain.

Gérard Degonse (53 ans) est membre du directoire depuis le 9 octobre 2000. Il exerce également les fonctions de directeur général-finances de la Société depuis son arrivée dans le Groupe en juin 2000. Auparavant il exerçait les fonctions de directeur financement-trésorerie chez Elf Aquitaine puis de *VP Treasurer-Company Secretary* chez Eurodisney Company.

Jeremy Male (43 ans) est membre du directoire depuis le 9 octobre 2000. Il exerce également les fonctions de président de la filiale de la Société en Grande Bretagne et responsable de 14 pays d'Europe du nord et de l'est et de la Scandinavie. Il est entré dans le Groupe en août 2000. Auparavant, il était responsable européen de la société TDI. Il a également exercé des fonctions de direction dans des groupes agro-alimentaires tels que Jacobs Suchard et Tchibo.

6.1.1.2 *Conseil de surveillance***Conseil de surveillance**

Nom	Age	Fonction	Début du mandat
Jean-Claude Decaux	63	Président du conseil de surveillance	9 octobre 2000
Jean-Pierre Decaux	57	Vice-président du conseil de surveillance	9 octobre 2000
Christian Blanc	58	Membre du conseil de surveillance	9 octobre 2000
Pierre-Alain Pariente	65	Membre du conseil de surveillance	9 octobre 2000

Jean-Claude Decaux (63 ans) est président du conseil de surveillance de la Société depuis le 9 octobre 2000. Il est le fondateur du Groupe. Il est également président du conseil d'administration de la société JCDecaux Holding.

Jean-Pierre Decaux (57 ans) est vice-président du conseil de Surveillance de la Société depuis le 9 octobre 2000. Il était président de la société RPMU avant son absorption par la Société.

Christian Blanc (58 ans) est membre du conseil de surveillance de la Société depuis le 9 octobre 2000. Il est également Président de Merrill Lynch France et administrateur des sociétés Cap Gemini et Carrefour et a exercé les fonctions de président-directeur général de Air France.

Pierre-Alain Pariente (65 ans) est membre du conseil de surveillance de la Société depuis le 9 octobre 2000. Il a exercé des fonctions au sein du Groupe de 1970 à février 2000, notamment en tant que directeur commercial de la société RPMU.

6.1.2 Organisation des pouvoirs6.1.2.1 *Fonctionnement du directoire et du conseil de surveillance*

Les articles 11 et suivants des statuts relatifs aux organes d'administration de la Société ont été modifiés par l'assemblée générale des actionnaires du 9 octobre 2000 afin d'instituer un directoire et un conseil de surveillance. Les dispositions relatives au fonctionnement du directoire et du conseil de surveillance adoptées par cette assemblée sont décrites ci-après.

Directoire

Le directoire est composé de deux membres au moins et de sept membres au plus.

Les membres du directoire sont nommés au cours de la vie sociale pour un mandat d'une durée de trois ans. Les membres du directoire sortants sont rééligibles.

Les membres du directoire peuvent être révoqués à tout moment par l'assemblée générale des actionnaires sur proposition du conseil de surveillance. Si la révocation est décidée sans juste motif, elle peut donner lieu à des dommages et intérêts.

Le conseil de surveillance nomme parmi les membres du directoire un président et fixe la durée de ses fonctions. Il peut également conférer à l'un des membres du directoire la qualité de vice-président.

Le directoire se réunit aussi souvent que l'intérêt de la Société l'exige, soit au siège social soit 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 au début de la séance.

Si le directoire comprend deux membres, les décisions sont prises à l'unanimité. S'il comprend plus de deux membres, 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.

CHAPITRE 6

ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE

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.

Conseil de surveillance

Le conseil de surveillance est composé de trois membres au moins et de vingt-quatre membres au plus.

Les membres du conseil de surveillance sont nommés au cours de la vie sociale par l'assemblée générale ordinaire des actionnaires qui fixe la durée de leur mandat. Cette durée ne pourra excéder six années, chaque année s'entendant de la période courue entre les deux assemblées générales annuelles consécutives. Les membres du conseil de surveillance sortants sont rééligibles.

Les membres du conseil de surveillance 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 chargés de convoquer le conseil et d'en diriger les débats. Le conseil détermine le montant de leurs rémunérations. Le président et le vice-président sont obligatoirement des personnes physiques. Ils sont nommés pour la durée de leurs mandats au conseil de surveillance. Ils sont toujours rééligibles.

Le conseil de surveillance se réunit aussi souvent que l'intérêt de la Société l'exige et au moins une fois par trimestre pour entendre le rapport du directoire, soit au siège social soit 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 au début de la séance.

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 exerce le contrôle permanent de la gestion de la Société par le directoire. A 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 le 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 ses observations sur le rapport du directoire ainsi que sur les comptes de l'exercice.

6.1.2.2 Comités

Un comité des rémunérations a été créé par le conseil de surveillance. Le comité des rémunérations, composé de trois membres, Messieurs Jean-Claude Decaux, Jean-Pierre Decaux et Christian Blanc, est chargé de proposer la rémunération des mandataires sociaux et l'attribution des options d'achat ou de souscription d'actions.

6.2 INTERETS DES DIRIGEANTS

6.2.1 Rémunérations et avantages en nature attribués pour le dernier exercice clos, à quelque titre que ce soit, aux membres des organes d'administration et de direction.

Le montant total des rémunérations versées aux membres du directoire (5 personnes), s'élevait à environ 3,7 millions d'euros (soit 24,3 millions de francs) au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2000.

La Société a versé environ 24 390 euros (soit 160 000 francs) à titre de jetons de présence au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2000.

Au 17 mai 2001, les membres du directoire et du conseil de surveillance détenaient 5 337 275 actions de la Société (représentant environ 3 % du capital et des droits de vote avant l'Offre).

Au 18 mai 2001, les membres du directoire et du conseil de surveillance détenaient 1 300 030 actions de la société JCDecaux Holding (représentant environ 67 % du capital et des droits de vote).

6.2.2 Nombre total d'options qui ont été conférées sur les actions du Groupe

Voir paragraphe 6.3.3

6.2.3 Informations sur les opérations conclues avec les membres des organes d'administration et de direction

La Société a conclu les conventions suivantes avec des entités dans lesquelles les membres des organes d'administration et de direction exercent des fonctions de direction :

- Contrat de prestation de services avec la société JCDecaux Holding daté du 14 janvier 1990, par lequel la Société fournit des prestations administratives et financières à la société JCDecaux Holding. Ce contrat est d'une durée d'un an renouvelable annuellement. La société JCDecaux Holding a versé un montant d'environ 76 224,51 euros (soit 500 000 francs) au titre de ce contrat au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2000.
- Contrat de services avec la société JCDecaux Holding, en date du 21 janvier 2000, par laquelle celle-ci met à la disposition de la Société et de ses filiales ses moyens en matière de définition et de mise en œuvre de stratégie, d'alliances, de financement et d'organisation. Ce contrat est d'une durée d'un an renouvelable annuellement. La Société a versé un montant d'environ 4 364 462,91 euros (soit 28 629 000 francs) au titre de ce contrat au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2000.
- Convention interne de gestion centralisée de trésorerie avec la société JCDecaux Holding datée du 19 mars 1996. Ce contrat est d'une durée indéterminée mais serait automatiquement rompu dans l'hypothèse où la société JCDecaux Holding n'exercerait plus un pouvoir de contrôle effectif sur la Société.
- Contrat de licence avec la société JCDecaux Holding, en date du 21 janvier 2000, par lequel celle-ci met à la disposition de la Société le droit d'usage des droits de propriété intellectuelle qu'elle possède et utiles à la Société dans son activité. Cette convention a cessé le 1er juillet 2000 du fait de la cession de ces droits à la Société.
- Accord de coexistence de marques relatif aux marques JCDecaux et JCDecaux Communication Extérieure entre Monsieur Jean-Claude Decaux et JCDecaux Holding, d'une part, et la Société et JCDecaux Mobilier Urbain, d'autre part, daté du 8 février 2001 (voir paragraphe 4.1.2.5).
- Acte de cession de titres de propriété industrielle et intellectuelle, effectif au 1^{er} juillet 2000, par lequel JCDecaux Holding a cédé à la Société les titres de propriété relatifs à l'exploitation et la commercialisation d'espaces publicitaires, pour un prix d'environ 1,52 millions d'euros (soit 10 millions de francs) hors taxes.
- Contrat d'acquisition par la Société auprès de JCDecaux Holding de 225 000 actions de la société suisse Affichage Holding, daté du 22 mai 2000, pour un prix d'environ 146 millions d'euros (soit 957 millions de francs) dont le paiement, majoré des intérêts au taux Euribor à 3 mois, est subordonné au complet remboursement par JCDecaux SA à la banque BNP de l'ensemble des montants dus au titre d'une convention de crédit syndiquée datée du 24 juin 1999. Ce remboursement et le paiement par la Société de sa dette vis-à-vis de JCDecaux Holding a été réalisé le 11 septembre 2000.
- Le Groupe loue certains de ces locaux, notamment ceux de Neuilly-sur-Seine, Londres, Bruxelles et Madrid auprès de la SCI Troisjean, une société civile dont le capital est détenu par la famille Decaux (Voir paragraphe 4.1.5 Principaux établissements).

6.2.4 Prêts et garanties accordés ou constitués en faveur des membres des organes d'administration et de direction

Néant

CHAPITRE 6

ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE

6.2.5 Informations sur les opérations conclues avec des sociétés ayant des dirigeants communs avec ceux du Groupe

Au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2000, la Société a conclu ou a poursuivi les conventions réglementées suivantes avec des sociétés ayant des dirigeants communs :

- Contrat de cession de créance par la Société à JCDecaux Mobilier Urbain d'une créance d'un montant de 3 740 984 euros (soit environ 24 539 246 francs) détenue sur la société JCDecaux Portugal au titre d'un contrat de prêt en date du 16 décembre 1996. Le paiement de cette créance est intervenu avant le 20 mars 2000 ;
- Contrat de prêt d'un montant de 23 000 000 francs (soit environ 3 506 327 euros) consenti le 1^{er} décembre 1997 à la société SOMUPI au taux Pibor à un an +0,5 % avec une échéance au 31 décembre 2004. Au 31 décembre 2000, le solde s'élevait à 3 018 490,54 euros (soit 19 800 000 francs) et les intérêts au titre de ce prêt s'élevaient à 147 153,85 euros (soit 965 266 francs).
- Contrats de prêts d'un montant total de 1 981 837 euros (soit 13 000 000 francs) consentis le 1^{er} septembre 1995, le 31 octobre 1995, le 15 février 1996 et le 15 septembre 1997 à la société SOPACT au taux Pibor à un an +0,5 % pour une durée de 7 ans, remboursable annuellement par quart à compter de la quatrième année. Au 31 décembre 2000, le solde restant dû au titre des deux contrats de prêts conclus en 1995 s'élevait respectivement à 190 561,27 euros (soit 1 250 000 francs) et 228 673,53 euros (soit 1 500 000 francs), à 571 683,81 euros (soit 3 750 000 francs) pour le prêt conclu en 1996 et à 381 122,54 euros (soit 2 500 000 francs) pour le prêt conclu en 1997. La Société a comptabilisé la somme de 83 373,80 euros (soit 546 896,29 francs) au titre des intérêts sur ces prêts au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2000.
- En outre, au cours de l'exercice 2000, ont été signés des contrats de prestation de services par lesquels la Société fournit à l'ensemble de ses filiales des prestations en matière informatique, comptable, administrative et juridique, et met ses droits de propriété intellectuelle à disposition. Ces conventions ont donné lieu à un paiement de 75 208 545,07 euros (soit 493 335 716 francs) au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2000.

6.3 INTERESSEMENT DU PERSONNEL

6.3.1 Contrats d'intéressement et de participation

Les salariés de la Société bénéficient d'un accord d'intéressement. Certaines autres sociétés du Groupe disposent également d'accords d'intéressement dont les modalités de calcul diffèrent d'une société à l'autre en fonction de leurs spécificités. Le montant total des sommes versées au titre de l'intéressement pour l'ensemble des sociétés du groupe s'élève pour l'exercice clos le 31 décembre 2000 à environ 4 941 028,67 euros (soit 32 411 023,43 francs).

6.3.2 Plan d'Epargne Groupe

Un plan d'épargne Groupe a été mis en place dans le cadre de l'Offre Réservee aux Salariés. L'épargne recueillie à ce titre sera investie dans le FCPE JCDecaux Développement dont l'actif sera composé principalement d'actions de la Société (voir paragraphe 2.2.3 ci-dessus).

6.3.3 Options

6.3.3.1 Plans d'options de souscription d'actions

L'assemblée générale des actionnaires de la Société du 23 mars 2001 a autorisé, pour une durée de trois ans à compter de la date de cette assemblée, le directoire à consentir au bénéfice des membres du personnel salarié de la Société et des sociétés françaises et étrangères détenues à au moins 50 % par le Groupe et au bénéfice des salariés de JCDecaux Holding des options donnant droit à la souscription d'actions de la Société à émettre dans la limite de 3 % du capital soit un total d'environ 5 366 465 actions à la date de l'assemblée. Les filiales étrangères du groupe doivent comptabiliser un chiffre d'affaires d'environ 7,6 millions d'euros (soit 50 millions de francs) au moins au titre de l'année fiscale 2000 pour que les salariés soient éligibles au plan).

ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE

Le volume des options attribuées à chacun des salariés dépend du montant de sa rémunération, de son ancienneté et de son statut. Pour les filiales étrangères à EBITDA négatif, les droits des bénéficiaires sont susceptibles d'être réduits de façon proportionnelle afin que le rapport du nombre total des options attribuées aux salariés de la société sur le nombre total des options attribuées dans le monde ne dépasse pas le rapport des effectifs de la société par rapport à l'effectif mondial recevant des options.

Au titre de ce plan, des options de souscription d'actions ont été attribuées par le directoire de la Société au cours de la réunion du 21 juin 2001.

Le prix des options de souscription d'actions qui ont été attribuées par le directoire le 21 juin 2001 est égal au prix applicable à l'Offre.

Les options pourront être exercées, pour les salariés des sociétés françaises, selon le calendrier suivant et au plus tard à l'expiration d'une période de 7 ans à compter de la date de la réunion du directoire ayant attribué les options :

- 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 ;
- 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 ;
- 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.

En cas de résiliation du contrat de travail du bénéficiaire d'options pour quelque raison que ce soit, les options détenues par le bénéficiaire concerné deviendront caduques le jour où la résiliation du contrat de travail aura été notifiée, sauf dans les cas suivants :

- départ en retraite, pré-retraite et mise à la retraite du bénéficiaire. Le bénéficiaire reste titulaire des options attribuées au jour de son départ et les dispositions du plan lui demeurent applicables sauf application des dispositions légales faisant exception au principe d'indisponibilité de 4 ans. Les options non exercables sont perdues ; ou
- licenciement :
 - En cas de licenciement pour des motifs autres que faute grave ou lourde, le bénéficiaire des options conserve le bénéfice des options attribuées au jour de la notification de son licenciement et les options non exercables sont perdues. Les dispositions du plan leur demeurent applicables sauf application des dispositions légales faisant exception au principe d'indisponibilité de 4 ans.
 - En cas de licenciement pour faute grave ou lourde, toutes les options non-levées du bénéficiaire sont perdues au jour de la notification de licenciement. Les actions acquises par levée d'options restent incessibles conformément aux règles prévues au règlement du plan à cet égard sauf application des dispositions légales faisant exception au principe d'indisponibilité de 4 ans.
- invalidité permanente dans les cas prévus à l'article 341-4 alinéas 2 et 3 du Code de la Sécurité Sociale pour cause de maladie professionnelle grave ou accident du travail. Le bénéficiaire reste titulaire de ses droits et peut exercer ses options et vendre ses actions sans que les dispositions du plan ne lui soient applicables.
- Le bénéficiaire ne sera pas considéré comme cessant d'être un salarié lorsqu'il reste salarié d'une autre société du groupe.

CHAPITRE 6

ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE

En cas de démission, le bénéficiaire concerné pourra exercer ses options qui peuvent être exercées au plus tard le jour de son départ de l'entreprise. Les options non exerçables sont perdues. Les actions acquises par levée d'options restent incessibles conformément aux règles prévues dans le règlement du plan.

En cas de décès du bénéficiaire pendant la durée des options qui lui ont été consenties, les héritiers peuvent lever les options dans un délai de 6 mois à compter du décès, dans la limite des options octroyées au bénéficiaire décédé à la date du décès, et dans tous les cas au plus tard 6 mois après l'expiration du délai de 7 ans. La levée des options sera soumise à l'engagement des héritiers de respecter l'intégralité des conditions applicables aux options.

La Société dispose d'un droit de préemption sur les titres présentés à la vente. Ce droit doit être exercé au plus tard, 48 heures à compter de la réception de l'ordre de cession.

Les actions souscrites seront librement cessibles à compter de la date du quatrième anniversaire de la date de la réunion du directoire attribuant les options. Par conséquent :

- les actions souscrites suite à une levée d'options à la date du premier anniversaire de la date d'attribution de ces options seront librement cessibles à l'expiration d'une période de trois ans à compter du premier anniversaire de la date d'attribution des options ;
- les actions souscrites suite à une levée d'options à la date du deuxième anniversaire de la date d'attribution de ces options seront librement cessibles à l'expiration d'une période de deux ans à compter du deuxième anniversaire de la date d'attribution des options ;
- les actions souscrites suite à une levée d'options à la date du troisième anniversaire de la date d'attribution de ces options seront librement cessibles à l'expiration d'une période de un an à compter du troisième anniversaire de la date d'attribution des options ;
- les actions souscrites suite à une levée d'options à la date du quatrième anniversaire de la date d'attribution de ces options et jusqu'à l'expiration d'une période de 7 ans à compter de cette date seront librement cessibles.

Le directoire pourra temporairement suspendre le droit des bénéficiaires de lever les options en cas d'opération(s) financière(s) exigeant une connaissance exacte et préalable du nombre d'actions composant le capital social ou en cas de réalisation de l'une des opérations financières prévues à l'article L. 225-181 du Code de commerce (anciennement article 208-5 de la loi du 24 juillet 1966) donnant lieu à ajustement du prix de souscription des actions correspondant aux options consenties.

Le directoire procédera dans les cas visés par l'article L. 225-181 du Code de commerce (anciennement article 208-5 de la loi du 24 juillet 1966) et des articles 174-8 à 174-16 du décret du 23 mars 1967 aux ajustements nécessaires.

Les options devront être exercées, pour les salariés des sociétés étrangères selon le calendrier suivant, et au plus tard à l'expiration d'une période de 7 ans à compter de la date du directoire attribuant les options :

- 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.

Les autres modalités (hormis les délais d'incessibilité des actions acquises par levée d'options) applicables aux salariés des sociétés étrangères sont globalement identiques à celles prévues pour les salariés français.

L'attribution des options aux salariés des sociétés du Royaume-Uni concernées par le plan fera l'objet de deux plans spécifiques, l'un dont les options ont été attribuées le 21 juin 2001 et l'autre dont les options seront attribuées ultérieurement. Le second plan doit faire l'objet d'un agrément de l'Inland Revenue afin qu'un régime fiscal privilégié soit appliqué. Ce deuxième plan limite à un montant de 30 000 livres la valeur des options de souscription d'actions attribuées par bénéficiaire. Le prix des options de souscription d'actions qui devraient être attribuées par le directoire dans le cadre de ce plan, devrait être égal à la moyenne des 20 derniers cours de bourse de l'action JCDecaux SA. Dans le cadre de ce plan, les options pourront être exercées selon le même calendrier que celui prévu pour les salariés étrangers du plan général décrit ci-dessus. Les autres modalités (hormis les délais d'incessibilité des actions acquises par levée d'options) applicables à ces salariés sont globalement identiques à celles prévues pour les salariés des sociétés françaises.

CHAPITRE 6

ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE

6.3.3.2 Tableau récapitulatif

Plan	
Date de l'Assemblée générale extraordinaire autorisant le plan d'option	23 mars 2001
Date du directoire attribuant des options	21 juin 2001
Nombre de bénéficiaires	6 297
Types d'options	Options de souscription
Total d'actions sous options attribuées	3 723 454
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 ;

ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE

Plan	
	<ul style="list-style-type: none"> 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
Prix de souscription d'actions pour les options attribuées.	16,5 euros
Nombre d'actions souscrites au 21 juin 2001.	0

CHAPITRE 7

EVOLUTION RECENTE ET PERSPECTIVES D'AVENIR

7.1 EVOLUTION RECENTE

Il conviendra également de se référer au chapitre 5 pour des indications concernant l'évolution du chiffre d'affaires, la situation financière, les résultats du Groupe, une comparaison avec les éléments équivalents des exercices précédents, ainsi que les commentaires des dirigeants sur ces résultats.

Premier trimestre 2001

Le chiffre d'affaires du Groupe pour le premier trimestre 2001 clos le 31 mars était de 334,9 millions d'euros, soit une progression de 6,9 % par rapport au chiffre d'affaires de 313,4 millions d'euros pour le premier trimestre 2000. Cette augmentation est exclusivement liée à la croissance interne du Groupe.

Cette progression a été obtenue en dépit d'un ralentissement de la croissance du marché depuis le second semestre 2000. L'activité affichage grand format a été la plus affectée par ces conditions économiques générales défavorables dont l'effet s'est fait ressentir davantage sur la tarification que sur les taux d'occupation.

La capacité du Groupe à croître dans ce contexte est due largement à la résistance de l'activité mobilier urbain, dont le chiffre d'affaires publicitaire a enregistré une croissance d'environ 10,3 % au premier trimestre 2001 par rapport au premier trimestre 2000. Le Groupe estime que la solidité de son activité mobilier urbain lui a permis d'enregistrer une croissance supérieure à celle des autres sociétés du secteur (sur la base des informations publiées par ces sociétés).

Le chiffre d'affaires lié à l'activité affichage grand format est en baisse de 5 % au premier trimestre 2001 par rapport au premier trimestre 2000, reflétant l'impact du ralentissement du marché et la concurrence sur les prix. Ce déclin a été plus marqué en France, alors que le Groupe a enregistré une croissance significative en Grande-Bretagne due principalement aux bonnes conditions de marché.

Le chiffre d'affaires de l'activité publicité dans les transports est en augmentation de 17 % au premier trimestre 2001 par rapport au premier trimestre 2000. Le Groupe a réalisé une croissance importante en Grande-Bretagne et en France notamment grâce au renouvellement des contrats de l'aéroport de Heathrow et des aéroports parisiens.

Globalement, le Groupe a enregistré la plus forte croissance de son chiffre d'affaires en Grande-Bretagne ainsi que dans d'autres pays européens, notamment en Allemagne, et aux Etats-Unis où l'activité mobilier urbain dans les centres commerciaux est en démarrage. Le chiffre d'affaires en France a crû plus modérément en raison de la part plus importante occupée par l'affichage grand format.

Le taux d'EBITDA du premier trimestre 2001 a été moins élevé que celui du premier trimestre 2000, principalement en raison de la diminution du chiffre d'affaires de l'activité affichage grand format. Le taux d'EBITDA de l'activité mobilier urbain est demeuré semblable à celui des dernières années, bien qu'en légère baisse par rapport au premier trimestre 2000, alors que le taux d'EBITDA de l'activité publicité dans les transports était en augmentation.

Acquisitions récentes

Depuis le début 2001, le Groupe a conclu ou entrepris de réaliser plusieurs acquisitions ou partenariats, principalement dans l'activité affichage grand format en Europe. Grâce à ces opérations, le Groupe estime qu'il est devenu le premier acteur européen dans l'activité affichage grand format en terme de nombre de faces. Le plus important de ces partenariats concerne la société autrichienne Gewista, qui est détaillé ci-dessous. Les autres acquisitions concernent la société Maximedia Oy, leader de l'affichage grand format en Finlande, et le groupe Red, qui occupe une place similaire au Portugal. Par ailleurs, le Groupe a signé un accord de partenariat dans l'activité mobilier urbain avec Mitsubishi au Japon qui prévoit notamment la constitution d'une société commune, détenue à 60 % par le Groupe.

Gewista est l'acteur le plus important sur le secteur de la communication extérieure en Autriche, avec une part de marché de 40 %. Au 31 décembre 2000, Gewista disposait de 42 000 faces d'affichage grand format et 3 600 faces de mobilier urbain. Outre sa présence en Autriche, Gewista conduit des activités dans neuf pays d'Europe Centrale en partenariat avec Affichage Holding, notamment en Pologne, Hongrie, République Tchèque et Slovaquie. Le Groupe entend utiliser Gewista comme une plate-forme pour son expansion en Europe Centrale. En 2000, Gewista a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 100 millions d'euros.

En avril 2001, le Groupe a signé un accord relatif à l'acquisition du contrôle de Gewista. Cette opération sera effectuée par le biais d'un apport, par le Groupe, de sa participation de 16 % dans Gewista (que le Groupe a acquise en septembre 2000) et de sa participation de 30 % dans l'afficheur suisse Affichage Holding, à une société nouvellement créée en partenariat avec l'actionnaire majoritaire de Gewista, B&C Holding, qui apportera sa participation de 51 % dans Gewista. A l'issue de cette opération, qui sera entièrement réalisée par apport en nature, le Groupe détiendra une participation de 58,5 % dans cette nouvelle entité, qui détiendra elle-même 67 % de Gewista. Toutes les conditions suspensives ayant été levées, le Groupe prévoit de finaliser cette acquisition avant le 30 juin 2001.

Le chiffre d'affaires réalisé par Gewista en Autriche sera consolidé intégralement dans les comptes du Groupe et le chiffre d'affaires réalisé dans les autres pays d'Europe Centrale, en partenariat, sera consolidé proportionnellement.

Perspectives pour 2001

Le Groupe estime que les perspectives de croissance pour 2001 demeurent fortes malgré les conditions de marché difficiles rencontrées durant le premier trimestre. Le Groupe prévoit que cette croissance résultera tant du chiffre d'affaires supplémentaire issu des sociétés acquises que de la croissance interne.

Dans l'activité mobilier urbain, le Groupe a étendu de 30 à 33 le nombre de villes dans lesquelles il est présent parmi les 50 villes d'Europe de l'Ouest les plus peuplées, grâce à une nouvelle présence à Vienne (par le biais de Gewista, une fois l'opération réalisée), Séville et Turin. Le Groupe a également remporté un contrat important relatif aux kiosques à Madrid ainsi qu'un nouveau contrat à Melbourne et un contrat relatif à l'équipement de centres commerciaux et de stations services à Buenos Aires. Au cours de l'année 2001, plusieurs contrats de mobilier urbain significatifs devraient être attribués, notamment à Chicago, Los Angeles ou soumis à un appel d'offres, notamment à Taipei, Sao Paulo, Buenos Aires et Milan. Le Groupe a récemment conclu un partenariat avec Infinity pour soumettre une offre commune dans le cadre de l'appel d'offres de la ville de Los Angeles. En outre, les réservations d'espace publicitaire ont été fortes malgré le ralentissement conjoncturel, et le Groupe a déjà enregistré des réservations supérieures à 80 % du budget prévisionnel pour 2001, en France et en Allemagne.

Dans l'activité affichage grand format, le Groupe entend tirer partie de sa nouvelle position de premier afficheur européen et de l'environnement actuel pour poursuivre sa croissance externe. Le Groupe poursuivra sa politique d'amélioration de la qualité du parc de panneaux publicitaires et d'optimisation de ses grilles tarifaires (*yield management*) en installant des panneaux rétro-éclairés et des panneaux à affiches déroulantes. Par ailleurs, le Groupe a récemment conclu un accord avec TotalFinaElf qui prévoit l'installation de panneaux d'affichages dans toutes leurs stations services européennes. Cet accord constitue le premier partenariat paneuropéen et est un modèle pour l'expansion future du Groupe.

Dans l'activité publicité dans les transports, le Groupe a récemment remporté des concessions significatives qui devraient contribuer à sa croissance. Il s'agit notamment de la concession du métro de Rome, d'un contrat de bus à Adélaïde et d'un contrat de chemin de fer à Melbourne. Le Groupe prévoit également que son partenariat avec le gestionnaire de l'aéroport de Francfort et l'acquisition de TDI Media Norge, un des premiers acteurs de publicité dans les transports en Norvège, seront des facteurs de croissance. Par ailleurs, de nombreux appels d'offres significatifs devraient avoir lieu au cours de l'année 2001, notamment relatifs aux concessions du métro de Madrid, du bus de Sydney et du métro de Santiago du Chili.

En Italie, le Groupe a conclu une lettre d'intention et négocie un accord de partenariat avec la société milanaise *Impresa Generale di Pubblicità S.p.A.* (ci-après "IGP"), l'un des principaux opérateurs de communication extérieure en Italie. IGP est détenue conjointement par la famille Chène de Vère, présente depuis de longues années dans le secteur de la publicité italien, et la société *RCS Editori S.p.A.*, un des principaux acteurs italiens de l'édition et de la publicité. L'objet de cet accord avec IGP est de développer un partenariat entre JCDecaux, IGP et RCS Editori dans l'activité mobilier urbain et publicité dans les transports en Italie.

Au Mexique, le Groupe a remporté le contrat de concession publicitaire de neuf aéroports du Sud Est mexicain, en partenariat avec UDC, une société mexicaine spécialisée dans la communication en aéroport. Ce contrat, d'une durée de 8 ans, a été conclu, après une procédure d'appel d'offres initiée en février 2001, avec la société ASUR qui gère notamment les aéroports de Cancun, Cozumel et Merida et porte sur tous les supports publicitaires présents dans les neuf aéroports.

CHAPITRE 7

EVOLUTION RECENTE ET PERSPECTIVES D'AVENIR

A Macao, le Groupe a remporté, en partenariat avec la société locale Nolasco, un contrat d'une durée de 20 ans, portant sur le renouvellement de l'ensemble du mobilier urbain de la ville, comprenant dans un premier temps, l'installation de 240 mobiliers urbains publicitaires (Abribus, colonnes, mobilier d'information et bornes de propreté). La société JCDecaux Macau qui sera créée à cette occasion, assurera la maintenance de l'ensemble du mobilier et la régie publicitaire pour toute la durée du contrat.

7.2 PERSPECTIVES D'AVENIR

7.2.1 Marché

Sur les facteurs relatifs à l'évolution prévisible du marché, voir la description figurant à la section 4.1.2.1.

7.2.2 Orientations

L'objectif du Groupe est de devenir le premier opérateur intégré mondial dans le domaine de la communication extérieure, grâce à la détention du portefeuille d'espaces publicitaires le plus attractif pour les annonceurs. Pour remplir cet objectif, le Groupe entend continuer de développer son réseau publicitaire déjà étendu dans les endroits les plus séduisants du monde et de mettre en œuvre une stratégie destinée à le rentabiliser au mieux. Le Groupe considère que sa stratégie pourrait lui permettre d'exploiter la communication extérieure comme unique média publicitaire de masse. Le Groupe a l'intention de poursuivre sa stratégie principalement selon les axes suivants :

- *Extension de son réseau.* Le Groupe développe son réseau, de première qualité, de mobilier urbain, d'affichage grand format et de publicité dans les transports dans les sites les plus attractifs. Les moyens mis en place par le Groupe pour avoir le réseau publicitaire international le plus séduisant pour ses annonceurs sont les suivants :
 - Cibler les villes les plus grandes et les plus importantes dans les pays où le Groupe est présent en utilisant sa position dans ces villes pour développer des réseaux nationaux forts.
 - Utiliser la large gamme d'équipements de mobilier urbain de première qualité et sa réputation en matière d'entretien pour susciter l'intérêt des collectivités qui attribuent des concessions.
 - Rechercher les contrats de mobiliers urbains de longue durée qui permettent d'investir dans des produits de grande qualité et de proposer aux annonceurs une offre de premier choix.
 - Utiliser ses outils d'analyse comme Géo-Logic afin de déterminer les meilleurs emplacements pour ses panneaux d'affichage.
 - Développer une présence paneuropéenne dans chacun de ses secteurs d'activité, à savoir dans le domaine du mobilier urbain, de l'affichage grand format et de la publicité dans les transports et dans chacune des principales villes.
 - Participer à la consolidation en cours du marché européen de la communication extérieure.
- *Exploitation des opportunités d'acquisition.* Le Groupe estime que sa stratégie ainsi que la force de son réseau lui offrent des avantages importants qui permettent de profiter pleinement des possibilités d'acquisitions nécessaires à la pénétration de nouveaux marchés, de se développer dans les collectivités où les concessions ont déjà été attribuées ou de compléter sa gamme de produits. Le Groupe a déjà acquis une solide réputation pour avoir intégré avec succès des sociétés acquises dans des pays tels que la Suède et les Pays-Bas et le Groupe a utilisé cette expérience pour réaliser en plus grande part l'intégration du pôle Avenir en France et mieux coordonner ses activités à l'étranger. Les principaux axes de la stratégie d'acquisition du Groupe sont les suivants :
 - Profiter de son nouveau statut de société cotée pour utiliser ses actions comme valeur d'échange quand cela est possible.
 - Poursuivre des partenariats avec les anciens dirigeants des entreprises rachetées, le Groupe estimant que cet élément le rend plus attractif pour de nombreuses entreprises familiales sur le marché européen de la communication extérieure.

EVOLUTION RECENTE ET PERSPECTIVES D'AVENIR

- Développer des gammes de produits complètes à partir de ses cibles d'acquisition qui lui permettent d'améliorer la rentabilité des sociétés qu'il acquiert et de développer sa présence sur les marchés géographiques de ces sociétés.
- Profiter des opportunités pour réduire les coûts grâce au partage des dépenses de recherche et développement, la réunion des forces de vente, le cas échéant, et l'extension des centrales d'achat aux sociétés acquises par le Groupe.
- *Exploitation du potentiel de son réseau.* Le Groupe exploite le potentiel de son réseau en combinant une longue expérience sur le marché de la communication extérieure avec un portefeuille comportant de nombreux produits, des techniques sophistiquées de marketing et un réseau international. Le Groupe parvient notamment à ce résultat de la manière suivante :
 - En proposant de plus en plus fréquemment des offres combinées de mobiliers urbains, d'affichages grand format et de publicités dans les transport qui sont totalement coordonnées en terme de durée de la campagne et de localisation, ce que les annonceurs pourraient difficilement réaliser en l'absence d'un fournisseur intégré. Ces offres comprennent des produits combinant des supports et des pays différents.
 - En préservant un contrôle sur les emplacements de ses espaces publicitaires de mobilier urbain dans les villes où le Groupe est présent afin de pouvoir utiliser son expérience et son savoir-faire pour fournir aux annonceurs la meilleure visibilité sur les emplacements les plus prestigieux.
 - En maintenant une gamme uniforme de produits de haute qualité dans tout son réseau, ainsi qu'une politique tarifaire qui reflète la grande qualité des produits qu'il offre. De plus, la qualité des emplacements du Groupe a été régulièrement confirmée par des instituts de mesure d'audience indépendants comme POSTAR au Royaume-Uni.
 - En menant des études socio-démographiques sophistiquées des audiences en contact avec son réseau, permettant au Groupe d'offrir à ses annonceurs des gammes de produits qui leur permettent d'atteindre les audiences spécifiques qu'ils souhaitent viser.
 - En appliquant les concepts à succès du mobilier urbain tels qu'un design moderne et des services intégrés afin d'accroître la qualité et la quantité des espaces publicitaires, notamment dans les transports et les centres commerciaux.
 - En relançant l'affichage grand format en tant que média publicitaire haut de gamme en appliquant à ce secteur les concepts à succès du mobilier urbain tels que les affiches déroulantes et le rétro-éclairage.

Notes

Notes

Notes

Notes

