

Information trimestrielle du 3^{ème} trimestre 2022

Paris, le 9 novembre 2022 – JCDecaux SE (Euronext Paris : DEC), numéro un mondial de la communication extérieure, a publié ce jour la présente information trimestrielle pour le 3^{ème} trimestre 2022.

FAITS MARQUANTS DU 3^{ème} TRIMESTRE 2022

Principaux contrats remportés

- **France**

En juillet, JCDecaux SE a annoncé que sa filiale JCDecaux France a remporté le contrat exclusif du mobilier urbain publicitaire de la Métropole Aix-Marseille-Provence pour une durée de 16 ans. L'exploitation démarrera au 1er janvier 2023 afin d'accompagner ce territoire dynamique, comptant 1,9 million d'habitants. La concession de services porte sur la mise à disposition, l'entretien, la maintenance et l'exploitation commerciale de 1 331 abris-voyageurs, 579 Mobiliers Urbains d'Information en 2m2 et 8m2, ainsi que sur la fourniture de 100 abris et mobiliers Tramway pour l'extension du réseau. Le contrat inclut également le reconditionnement à neuf, l'entretien, la maintenance et l'exploitation des 226 abris et mobiliers Tramway dont est propriétaire la Métropole Aix-Marseille-Provence.

En juillet, JCDecaux SE a annoncé que sa filiale JCDecaux France a été retenue par la Ville de Paris, à l'issue d'un dialogue compétitif lancé en août 2020, pour la fourniture et l'exploitation de son prochain service de sanitaires automatiques qui viendra succéder au système actuellement en place, également opéré par JCDecaux. 435 sanitaires à entretien automatique de nouvelle génération seront progressivement déployés entre 2024 et début 2025 pour remplacer les équipements actuels qui datent de 2009. Ils ont été conçus par le bureau d'étude de JCDecaux et seront assemblés sur notre site industriel de Maurepas dans les Yvelines par les équipes de l'entreprise.

En juillet, JCDecaux SE a annoncé avoir été sélectionné par le Groupe ADP, au terme d'une consultation, pour devenir co-actionnaire de la société Extime Media. Cette co-entreprise, qui sera détenue à 50/50 entre le Groupe ADP et JCDecaux, opérera à compter du 1er janvier 2023 les activités publicitaires sur les aéroports de Paris-Charles de Gaulle, Paris-Orly et Paris-Le Bourget. Au 1er janvier 2024, il est prévu de déployer ses activités dans les aéroports d'Antalya et de Milas-Bodrum en Turquie. Cette co-entreprise bénéficiera notamment des relations de JCDecaux avec les plus grands annonceurs à l'échelle mondiale. Ses activités publicitaires seront conduites sous la signature commerciale Extime X JCDecaux, dans le cadre du déploiement d'Extime, la marque d'hospitalité du Groupe ADP.

- **Reste de l'Europe**

En septembre, JCDecaux SE a annoncé que sa filiale JCDecaux Portugal vient de renouveler son contrat avec Sonae Sierra, leader de la gestion et de l'exploitation de centres commerciaux au Portugal et dans les Régions Autonomes de Madère et des Açores, pour 10 ans.

- **Asie-Pacifique**

En juillet, JCDecaux SE a annoncé avoir signé un contrat de 15 ans portant sur l'extension de l'exploitation publicitaire sur les lignes 1 à 13 du métro de Shanghai ainsi que sur 5 nouvelles lignes (14 à 18). Ce contrat, faisant suite à un appel d'offres, sera opéré par une joint-venture, STDecaux, détenue à 60% par JCDecaux et 40% par Shanghai Shentong Assets Management Co., Ltd. Le métro de Shanghai compte aujourd'hui 503 stations avec une moyenne de 11 millions de passagers quotidiens pour l'année 2021. Le métro est actuellement en train d'amorcer la reprise de sa fréquentation, suite au confinement, avec déjà 8,6 millions de passagers quotidiens au 22 juillet 2022.

Ce contrat porte sur toutes les lignes du métro de Shanghai, soit plus de 12 000 emplacements publicitaires rétro-éclairés sur les quais et dans les couloirs, ainsi qu'environ 500 écrans digitaux, les

formats événementiels, la publicité dans les trains (à l'exception de la publicité télévisée dans les rames et sur les quais et de 200 écrans LCD).

- **Reste du Monde**

En Septembre, JCDecaux SE a annoncé avoir remporté un contrat de 10 ans avec ViaQuatro, responsable de la gestion et de la maintenance de la ligne 4 (Jaune) du métro de São Paulo, portant sur l'exploitation publicitaire de cette ligne. La commercialisation des espaces publicitaires commencera le 1er octobre 2022. JCDecaux gère d'ores et déjà la publicité des lignes 1 (Verte), 2 (Rouge) et 3 (Bleue), avec une audience de plus de 4,5 millions de personnes chaque jour. Grâce au gain de la ligne 4 (Jaune), comptant 11 stations sur une distance de 12 km, JCDecaux deviendra le premier groupe de publicité dans les métros au Brésil et touchera 5,2 millions de passagers par jour.

Autres événements

- **Groupe**

En juillet, JCDecaux SE a annoncé une alliance stratégique, incluant une prise de participation majoritaire, avec la société Displayce, DSP (Demand Side Platform) leader spécialisée dans l'achat et l'optimisation des campagnes digitales en communication extérieure (DOOH). Displayce, start up française créée en 2014 et exclusivement dédiée à l'achat et l'optimisation des campagnes DOOH, est la première plateforme programmatique française en matière de technologie, de savoir-faire et de nombre d'écrans digitaux référencés à travers le monde, soit plus de 600 000 dans plus de 50 pays. Displayce est aujourd'hui connectée aux principales SSP (Supply Side Platforms) DOOH du marché telles que VIOOH, BROADSIGN et VISTAR MEDIA et propose un achat média avec un ciblage avancé et des solutions de mesure d'efficacité grâce à sa DMP (Data Management Platform) conçue spécifiquement pour le DOOH.

En septembre, JCDecaux SE a annoncé que Pernod Ricard et JCDecaux, deux entreprises françaises d'envergure internationale, ont conclu un partenariat digital innovant dans la gestion de données avec le déploiement du Data Portal. Cette solution permet à une entreprise de centraliser en un point unique l'ensemble des données provenant de différentes entités dans le monde, facilitant ainsi leur utilisation et leur partage. Le Data Portal vient servir les objectifs de transformation des deux Groupes, qui ont placé les données au cœur de leur activité et de leur stratégie de croissance.

En octobre, JCDecaux SE a annoncé que la transformation de JCDecaux SA en Société Européenne, approuvée par l'Assemblée Générale Mixte des actionnaires du 14 mai 2020, a pris effet le 27 septembre 2022, jour de son immatriculation en tant que Société Européenne au Registre du Commerce et des Sociétés.

- **Amérique du Nord**

En septembre JCDecaux SE a annoncé avoir augmenté, de 50% à 100%, sa participation dans Interstate JCDecaux, LLC. JCDecaux North America est désormais le seul actionnaire de cette société qui opère le Réseau Digital de la Ville de Chicago constitué de 52 dispositifs digitaux grands formats selon un contrat de long terme avec la municipalité de Chicago. Les 52 dispositifs digitaux, dont la plupart font plus de 110 m², sont tous situés dans la municipalité de Chicago, le troisième plus grand marché médias d'Amérique du Nord.

CHIFFRE D'AFFAIRES DU TROISIEME TRIMESTRE 2022 ET PERSPECTIVES

À l'occasion de la publication du chiffre d'affaires du troisième trimestre 2022, **Jean-Charles Decaux, Président du Directoire et Co-Directeur Général de JCDecaux**, a déclaré :

« Notre Groupe a atteint un chiffre d'affaires de 808,4 millions d'euros au troisième trimestre 2022, en hausse de +14,4%, avec +9,0% en croissance organique, au-dessus de nos attentes, grâce à

une forte dynamique commerciale durant tout le trimestre. La croissance organique du chiffre d'affaires de notre Groupe hors de Chine au troisième trimestre 2022 a atteint +15,5%.

Le chiffre d'affaires digital (DOOH) a fortement progressé à +25,5% au troisième trimestre 2022, +18,5% en organique, pour atteindre 241,9 millions d'euros soit 29,9% du chiffre d'affaires du Groupe contre 27,3% au troisième trimestre 2021. L'écosystème DOOH programmatique a continué son développement rapide. Notre chiffre d'affaires publicitaire programmatique, via la plateforme SSP (Supply Side Platform) VIOOH, a ainsi plus que doublé par rapport à la même période l'an dernier. Les 37 DSP (Demand Side Platforms) connectées à VIOOH (plateforme la plus connectée de l'industrie OOH) ont connu un développement dynamique, y compris Displayce depuis l'annonce de notre alliance stratégique en juillet.

Par activité, le Mobilier Urbain a enregistré une croissance de +8,3% en organique au troisième trimestre 2022 et a dépassé le chiffre d'affaires du troisième trimestre 2019 dans le monde, tiré par la croissance de l'Europe (y compris France et Royaume-Uni) et par un fort rebond en Asie-Pacifique ; l'Affichage a été en forte croissance également à +9,0% en organique au troisième trimestre 2022, tiré par la croissance de l'Asie-Pacifique et en particulier de l'Australie qui, comme la zone Amérique du Nord, a déjà dépassé le chiffre d'affaires du troisième trimestre 2019 ; le Transport a enregistré une croissance élevée à +10,2% reflétant la poursuite du fort rebond du trafic aérien dans la plupart des régions du monde, y compris dans la zone Reste du Monde, qui a déjà dépassé le chiffre d'affaires du troisième trimestre 2019 ; cependant, le Transport est demeuré fortement impacté par le maintien des restrictions de mobilité en Chine.

Toutes les zones géographiques ont progressé en organique au troisième trimestre 2022 par rapport au troisième trimestre 2021, à l'exception de l'Asie-Pacifique qui est demeurée stable. L'Asie-Pacifique hors Chine a connu une croissance organique forte de +52,3%. Le rebond a été particulièrement fort en Amérique du Nord et dans le Reste du Monde en ligne avec la forte reprise du trafic aérien dans ces régions.

En ce qui concerne le quatrième trimestre 2022, nous continuons à enregistrer une dynamique commerciale solide et malgré la poursuite des restrictions de mobilité en Chine, nous prévoyons un taux de croissance organique autour de +3,0% par rapport au quatrième trimestre 2021.

En tant qu'entreprise de communication extérieure mondiale la plus digitalisée, alliée à une nouvelle plateforme de vente à l'audience alimentée en données qualitatives, à notre portefeuille bien diversifié, à notre faculté à remporter de nouveaux contrats, à la solidité de notre structure financière, à la qualité de nos équipes dans le monde et reconnue pour son excellence en matière d'ESG, nous considérons que nous sommes bien placés pour bénéficier du rebond. Nous sommes plus que jamais convaincus de la puissance de notre média dans un paysage publicitaire de plus en plus fragmenté et de plus en plus numérique, et du rôle important qu'il continuera de jouer dans la croissance économique ainsi que dans les transformations positives de notre société. »

A la suite de l'application de la norme IFRS 11 depuis le 1^{er} janvier 2014, les données opérationnelles présentées ci-dessous sont ajustées pour prendre en compte l'impact en proportionnel des sociétés sous contrôle conjoint.

Merci de vous référer au paragraphe « Données ajustées » pour la définition de ces données ajustées ainsi que pour la réconciliation avec les données IFRS.

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

Le chiffre d'affaires ajusté du troisième trimestre 2022 est en hausse de +14,4% à 808,4 millions d'euros contre 706,5 millions d'euros au troisième trimestre 2021. En organique (i.e. en excluant l'impact positif lié à la variation des taux de change, et l'impact limité lié aux variations de périmètre sur ce trimestre), le chiffre d'affaires ajusté est en augmentation de +9,0%. La croissance du chiffre d'affaires publicitaire organique ajusté, hors ventes, locations et contrats d'entretien de mobilier urbain et de supports publicitaires, est de +10,2% au troisième trimestre 2022.

Chiffre d'affaires ajusté du 3 ^{ème} trimestre	2022 (m€)	2021 (m€)	Croissance publiée	Croissance organique ^(a)
Mobilier Urbain	412,5	369,2	+11,7%	+8,3%
Transport	277,7	231,8	+19,8%	+10,2%
Affichage	118,1	105,5	+12,0%	+9,0%
Total	808,4	706,5	+14,4%	+9,0%

(a) A périmètre et taux de change constants

Chiffre d'affaires ajusté des 9 premiers mois	2022 (m€)	2021 (m€)	Croissance publiée	Croissance organique ^(a)
Mobilier Urbain	1 201,9	930,8	+29,1%	+26,0%
Transport	736,8	570,2	+29,2%	+20,3%
Affichage	344,5	287,9	+19,7%	+17,2%
Total	2 283,2	1 788,8	+27,6%	+22,8%

(a) A périmètre et taux de change constants

Merci de noter que les commentaires ci-après, relatifs aux zones géographiques, concernent l'évolution du chiffre d'affaires organique.

MOBILIER URBAIN

Le chiffre d'affaires ajusté du troisième trimestre a augmenté de +11,7% à 412,5 millions d'euros (+8,3% en croissance organique). La France, le Royaume-Uni et le Reste de l'Europe ont dépassé les niveaux de chiffre d'affaires de 2019 avec une solide dynamique commerciale sur l'ensemble de la période. L'Asie-Pacifique, l'Amérique du Nord et le Reste du Monde ont enregistré des taux de croissance organique à deux chiffres par rapport au troisième trimestre 2021.

Au troisième trimestre, le chiffre d'affaires publicitaire ajusté, hors ventes, locations et contrats d'entretien de mobilier urbain, a augmenté de +9,5% en croissance organique comparé au troisième trimestre 2021.

TRANSPORT

Le chiffre d'affaires ajusté du troisième trimestre a augmenté de +19,8% à 277,7 millions d'euros, +10,2% en croissance organique, reflétant ainsi le fort rebond du trafic aérien, notamment aux Etats-Unis et au Moyen-Orient, et le rebond des trajets dans les transports en commun. Alors que certains pays ont déjà dépassé les niveaux de chiffre d'affaires du troisième trimestre 2019, le Transport est demeuré fortement impacté par les restrictions de mobilité en Chine.

AFFICHAGE

Le chiffre d'affaires ajusté du troisième trimestre 2022 a augmenté de +12,0% à 118,1 millions d'euros, +9,0% en croissance organique. L'Asie-Pacifique a été la zone géographique en plus forte croissance suivie par la zone Reste du Monde.

DONNÉES AJUSTÉES

La norme IFRS 11, applicable depuis le 1^{er} janvier 2014, conduit à retenir la méthode de la mise en équivalence des sociétés sous contrôle conjoint. Toutefois, afin de refléter la réalité opérationnelle du Groupe, les données opérationnelles des sociétés sous contrôle conjoint vont continuer d'être intégrées proportionnellement dans le reporting de gestion opérationnelle du Groupe, sur lequel s'appuient les dirigeants pour suivre l'activité, allouer les ressources et mesurer la performance.

En conséquence, conformément à IFRS 8, l'information sectorielle intégrée aux états financiers est en ligne avec cette information interne, et la communication financière externe du Groupe s'appuie donc sur cette information financière opérationnelle. L'information financière et les commentaires sont donc basés sur des données « ajustées », comparables aux données historiques, qui sont systématiquement réconciliées avec les états financiers IFRS.

Au troisième trimestre 2022, l'impact de la norme IFRS 11 sur le chiffre d'affaires ajusté est de -60,9 millions d'euros (-59,4 millions d'euros au troisième trimestre 2021), ramenant le chiffre d'affaires IFRS à 747,5 millions d'euros (647,1 millions d'euros au troisième trimestre 2021).

Pour les 9 premiers mois de l'année 2022, l'impact de la norme IFRS 11 sur le chiffre d'affaires ajusté est de -167,8 millions d'euros (-147,4 millions d'euros pour les 9 premiers mois de 2021), ramenant le chiffre d'affaires IFRS à 2 115,4 millions d'euros (1 641,5 millions d'euros pour les 9 premiers mois de l'année 2021).

DÉFINITION DE LA CROISSANCE ORGANIQUE

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

m€		T1	T2	S1	T3	9M
CA ajusté 2021	(a)	454,3	628,1	1 082,3	706,5	1 788,8
CA IFRS 2022	(b)	628,5	739,3	1 367,8	747,5	2 115,4
Impacts IFRS 11	(c)	54,4	52,5	106,9	60,9	167,8
CA ajusté 2022	(d) = (b) + (c)	683,0	791,8	1 474,8	808,4	2 283,2
Impacts de change	(e)	-20,9	-28,3	-49,2	-37,8	-87,0
CA ajusté 2022 aux taux de change 2021	(f) = (d) + (e)	662,1	763,5	1 425,6	770,6	2 196,2
Variation de périmètre	(g)	0,0	0,0	0,0	-0,4	-0,4
CA organique ajusté 2022	(h) = (f) + (g)	662,1	763,5	1 425,6	770,2	2 195,8
Croissance organique	(i) = (h)/(a)-1	+45,7%	+21,6%	+31,7%	+9,0%	+22,8%

m€	Impact des taux de change au 30 septembre 2022
USD	-19,4
CNY	-17,5
HKD	-8,6
BRL	-7,8
Autres	-33,7
Total	-87,0

Taux de change moyen	9M 2022	9M 2021
USD	0,9400	0,8360
CNY	0,1425	0,1292
HKD	0,1200	0,1076
BRL	0,1830	0,1568

Déclarations de nature prévisionnelle

Ce communiqué peut contenir certaines déclarations de nature prévisionnelle. Ces déclarations ne sont pas des garanties quant à la performance future de la Société. Bien que la Société estime que ces déclarations reposent sur des hypothèses raisonnables à la date de publication du présent

communiqué, elles sont par nature soumises à des risques et incertitudes, pouvant donner lieu à un écart entre les chiffres réels et ceux indiqués ou induits dans ces déclarations.

Ces risques et incertitudes incluent notamment les risques décrits dans le document de référence déposé par la Société auprès de l'Autorité des Marchés Financiers.

Les investisseurs et les détenteurs de valeurs mobilières de la Société peuvent obtenir copie de ce document de référence auprès de l'Autorité des Marchés Financiers sur le site web www.amf-france.org ou directement auprès de la Société sur le site www.jcdecaux.com.

La Société n'a pas l'obligation et ne prend pas l'engagement de mettre à jour ou de réviser les déclarations de nature prévisionnelle.

SITUATION FINANCIERE

L'évolution du chiffre d'affaires est l'élément majeur qui a impacté la marge opérationnelle, le cash-flow disponible ou la dette nette du Groupe au cours du 3^{ème} trimestre 2022.