

Information trimestrielle du 1^{er} trimestre 2017

Paris, le 4 mai 2017 – JCDecaux SA (Euronext Paris : DEC), numéro un mondial de la communication extérieure, a publié ce jour la présente information trimestrielle pour le 1^{er} trimestre 2017.

FAITS MARQUANTS DU 1^{er} TRIMESTRE 2017

Principaux contrats remportés

- **Reste de l'Europe**

En mars, JCDecaux a annoncé sa filiale allemande, basée à Berlin, Wall GmbH, a renouvelé son contrat de mobilier urbain avec la ville de Mannheim pour 16 ans, à la suite d'un appel d'offres. Le nouveau contrat démarrera le 1^{er} janvier 2019 et s'étendra jusqu'au 30 juin 2035.

En mars, JCDecaux a annoncé que sa filiale allemande Wall GmbH a signé un accord avec BVG (Berliner Verkehrsbetriebe AöR) pour étendre son contrat actuel portant sur les abribus publicitaires de Berlin-Ouest (1 271 abribus) du 21 mai 2017 au 31 décembre 2018. Les autres contrats de concession publicitaires de BVG restent inchangés.

- **Asie-Pacifique**

En janvier, JCDecaux a annoncé que sa filiale japonaise MCDcaux (détenue à 85 % par JCDecaux et à 15 % par Mitsubishi Corporation) vient de remporter, à l'issue d'un appel d'offres, la régie exclusive des faces publicitaires des abribus détenus par le Bureau des Transports du Gouvernement de la Métropole de Tokyo, ainsi que leur entretien.

- **France**

En janvier, JCDecaux a annoncé avoir remporté, à la suite d'appels d'offres, trois contrats de mobilier urbain au Pays Basque. Le Groupe a renouvelé et étendu son contrat avec les villes de Bayonne (47 500 habitants) pour 18 ans et Anglet (40 500 habitants) pour 15 ans, et remporté le nouveau marché des abris voyageurs des 7 villes du STACBA (Syndicat de Transports de l'Agglomération Côte Basque Adour) pour une durée de 17 ans.

- **Reste du Monde**

En janvier, JCDecaux et Vodacom, détenu par le Groupe Vodafone et l'un des leaders de la communication mobile en Afrique fournissant une gamme variée de services, annoncent aujourd'hui s'être associés pour donner une nouvelle image aux emblématiques Soweto Towers d'Afrique du Sud, à la suite d'un concours lancé par Vodacom en mars 2016.

Autres événements

- **Reste de l'Europe**

En février, JCDecaux et Cellnex Telecom, premier opérateur indépendant d'infrastructures de télécommunications sans fil en Europe, ont conclu un partenariat commercial visant à accélérer le déploiement des nouveaux réseaux de mobilité haut débit basés sur les technologies small cells et DAS (systèmes d'antennes distribuées).

- **Reste du Monde**

En février, JCDecaux accompagne la ville de Panama dans sa transformation en « Ville Intelligente » par le déploiement de services numériques innovants. JCDecaux, concessionnaire des abribus de la ville de Panama depuis 2002, en collaboration avec Wigo, le plus grand réseau de hotspots gratuit du Panama qui compte plus de 1,3 million d'utilisateurs uniques, a lancé le 16 janvier un service de Wi-Fi gratuit dans 50 abribus de la capitale panaméenne. Le

Groupe a ainsi initié, mi-décembre 2016, un pilote avec Telefónica SA d'une small cell 3G intégrée dans un abribus de la capitale panaméenne dans l'objectif de mesurer la performance de ce dispositif. Un contrat cadre national pluriannuel a également été conclu pour permettre à l'opérateur de dupliquer cette initiative dans d'autres mobiliers urbains au Panama, où JCDecaux opère plus de 550 abribus. Pour compléter la gamme de nouveaux services numériques innovants de la ville de Panama, JCDecaux a installé et assure la gestion, la commercialisation, l'entretien et la maintenance de 10 MUPI digitaux sur mât. Offrant un large éventail de services connectés et de possibilités d'interactions, ce réseau premium bénéficie aussi bien aux annonceurs qu'à la municipalité, qui diffuse des informations d'intérêt général ou des messages d'urgence, en temps réel, sur les axes à plus forte densité de la ville.

CHIFFRE D'AFFAIRES AU 31 MARS 2017 ET PERSPECTIVES

A la suite de l'application de la norme IFRS 11 depuis le 1^{er} janvier 2014, les données opérationnelles présentées ci-dessous sont ajustées pour prendre en compte l'impact en proportionnel des sociétés sous contrôle conjoint et sont, par conséquent, comparables aux données historiques antérieures à 2014. Merci de vous référer au paragraphe « Données ajustées » en page 4 de ce communiqué pour la définition de ces données ajustées ainsi que pour la réconciliation avec les données IFRS.

Le chiffre d'affaires ajusté du Groupe pour le premier trimestre 2017 est en hausse de +1,2 % à 757,6 millions d'euros, comparé à 748,5 millions d'euros au premier trimestre 2016.

En excluant l'impact positif lié à la variation des taux de change et l'effet positif des variations de périmètre, le chiffre d'affaires ajusté baisse de -1,0 %.

Le chiffre d'affaires publicitaire ajusté, hors ventes et locations de matériel, et contrats d'entretien, est en baisse de -0.3 % en organique au premier trimestre 2017.

Chiffre d'affaires ajusté du 1^{er} trimestre	2017 (m€)	2016 (m€)	Croissance publiée	Croissance organique^(a)
Mobilier Urbain	343,1	333,4	+2,9%	+1,9%
Transport	302,1	312,0	-3,2%	-3,3%
Affichage	112,4	103,1	+9,0%	-3,3%
Total	757,6	748,5	+1,2%	-1,0%

a. A périmètre et taux de change constants

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

MOBILIER URBAIN

Le chiffre d'affaires ajusté du premier trimestre est en hausse de +2,9 % à 343,1 millions d'euros (+1,9 % en organique), grâce à une très forte croissance de notre chiffre d'affaires digital. L'Europe (incluant la France et le Royaume-Uni) est en hausse. L'Asie-Pacifique et l'Amérique du Nord sont en baisse. Le Reste du Monde affiche une bonne croissance, principalement dû à l'Amérique Latine.

Le chiffre d'affaires publicitaire ajusté du premier trimestre, hors ventes et locations de matériel, et contrats d'entretien, croît de +2,2 % en organique par rapport au premier trimestre 2016.

Au Royaume-Uni, le déploiement du plus grand réseau digital au monde en Mobilier Urbain est en cours avec 550 écrans installés sur 650 avec le contrat TfL, auquel s'ajoutent 86 écrans dans des quartiers londoniens très recherchés tels que Kensington & Chelsea, Kingston-upon-Thames... Cette plateforme de communication extérieure digitale unique nous permet de continuer à surperformer la croissance du marché de la communication extérieure au Royaume-Uni.

A New York, les annonceurs et les agences considèrent notre réseau digital avec des écrans LCD 84 pouces dans les abribus et des écrans LED de 5,3m² sur les kiosques, comme plus impactant et de plus grande qualité que les écrans LCD de 55 pouces de nos concurrents, ce

qui nous rend plus compétitifs pour les campagnes de communication extérieure exclusivement digitales.

TRANSPORT

Le chiffre d'affaires ajusté du premier trimestre est en baisse de -3,2 % à 302,1 millions d'euros (-3,3 % en organique). L'Europe (incluant la France et le Royaume-Uni) est en hausse. L'Asie-Pacifique et le Reste du Monde sont en baisse significative. L'Amérique du Nord réalise une performance positive à deux chiffres.

AFFICHAGE

Le chiffre d'affaires ajusté du premier trimestre est en hausse de +9,0 % à 112,4 millions d'euros (-3,3 % en organique). L'Europe (incluant la France et le Royaume-Uni) et le Reste du Monde sont en baisse alors que notre activité d'affichage Grand Format digital à Chicago est en très forte croissance.

A l'occasion de la publication du chiffre d'affaires du premier trimestre 2017, **Jean-Charles Decaux, Président du Directoire et Co-Directeur Général de JCDecaux**, a déclaré :

« Notre chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2017 de 757,6 millions d'euros, en hausse de +1,2 % en croissance publiée et en baisse de -1,0 % en croissance organique, comparé à une très forte performance au 1^{er} trimestre de l'année passée, est conforme à notre prévision de début mars. La bonne performance du Mobilier Urbain a été principalement alimentée par la très forte croissance de notre chiffre d'affaires digital provenant de la digitalisation en cours de nos actifs premium dans le monde, dont Londres et New York. Dans le même temps, notre activité Transport a été négativement impactée par une baisse à deux chiffres de notre chiffre d'affaires en Chine, incluant Hong Kong et Macao, et dans le Reste du Monde. Notre activité Affichage reste difficile tant en Europe que dans le Reste du Monde.

En ce qui concerne le 2^{ème} trimestre 2017, gardant à l'esprit une faible visibilité et une forte volatilité, nous nous attendons à une légère hausse de notre chiffre d'affaires organique, malgré une récente prudence des annonceurs français en ces périodes d'élections présidentielle et législatives et d'aucune réelle reprise dans notre activité en Chine pour le moment.

Dans un paysage des medias de plus en plus fragmenté, la communication extérieure renforce son attractivité. Avec notre exposition bien diversifiée aux pays à plus forte croissance, une présence croissante dans les villes les plus influentes du monde¹, le déploiement de notre portefeuille digital allié à une nouvelle plateforme de vente à l'audience alimentée en données qualitatives, notre faculté à remporter de nouveaux contrats et la qualité de nos équipes dans le monde, nous sommes convaincus que nous sommes bien positionnés pour continuer à surperformer le marché publicitaire mondial et renforcer notre position de numéro un du marché de la communication extérieure grâce à des gains profitables de parts de marchés. La solidité de notre bilan est un avantage clé qui nous permettra de continuer à saisir les opportunités de croissance qui se présenteront. »

¹ Selon le classement Forbes 2014.

Afin de quantifier l'influence mondiale des villes, Forbes a examiné huit facteurs : le montant des investissements directs étrangers qu'elles ont attiré ; la concentration de sièges sociaux ; sur combien de « niches business » elles sont leaders ; la connectivité aérienne (facilité de déplacements vers d'autres villes mondiales) ; la force / qualité des services aux entreprises ; les services financiers ; la technologie et le pouvoir des médias ; et la diversité raciale.

DONNÉES AJUSTÉES

La norme IFRS 11, applicable depuis le 1^{er} janvier 2014, conduit à retenir la méthode de la mise en équivalence des sociétés sous contrôle conjoint.

Toutefois, afin de refléter la réalité opérationnelle du Groupe, les données opérationnelles des sociétés sous contrôle conjoint vont continuer d'être intégrées proportionnellement dans le reporting de gestion opérationnelle du Groupe, sur lequel s'appuient les dirigeants pour suivre l'activité, allouer les ressources et mesurer la performance.

En conséquence, conformément à IFRS 8, l'information sectorielle intégrée aux états financiers est en ligne avec cette information interne, et la communication financière externe du Groupe s'appuie donc sur cette information financière opérationnelle. L'information financière et les commentaires sont donc basés sur des données « ajustées », comparables aux données historiques antérieures à 2014, qui sont systématiquement réconciliées avec les états financiers IFRS.

Au premier trimestre 2017, l'impact de la norme IFRS 11 sur le chiffre d'affaires ajusté est de -87,4 millions d'euros (-93,0 millions d'euros au premier trimestre 2016), ramenant le chiffre d'affaires IFRS à 670,2 millions d'euros (655,5 millions d'euros au premier trimestre 2016).

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

Déclarations de nature prévisionnelle

Ce communiqué peut contenir certaines déclarations de nature prévisionnelle. Ces déclarations ne sont pas des garanties quant à la performance future de la Société. Bien que la Société estime que ces déclarations reposent sur des hypothèses raisonnables à la date de publication du présent communiqué, elles sont par nature soumises à des risques et incertitudes, pouvant donner lieu à un écart entre les chiffres réels et ceux indiqués ou induits dans ces déclarations.

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

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

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

SITUATION FINANCIERE

L'évolution du chiffre d'affaires est l'élément majeur qui a impacté la marge opérationnelle, le cash-flow disponible ou la dette nette du Groupe au cours du 1^{er} trimestre 2017.