

INFORMATION TRIMESTRIELLE

1^{ER} TRIMESTRE 2009

Paris, 6 mai 2009 – JCDecaux SA (Euronext Paris : DEC), numéro un de la communication extérieure en Europe et en Asie-Pacifique, numéro deux mondial, a publié ce jour la présente information trimestrielle pour le 1^{er} trimestre 2009.

1. 1^{ER} TRIMESTRE 2009: FAITS MARQUANTS

1.1 Principaux contrats remportés

Europe

France

- En janvier JCDecaux, à la suite d'un appel d'offres, a remporté le contrat de mobilier urbain de la Communauté Urbaine de Marseille (CUM) Provence Métropole (980 000 habitants) pour une durée de 13 ans.

Ce contrat publicitaire porte sur l'installation, l'entretien et la maintenance de 922 abribus, 432 MUPI® (Mobilier Urbain Pour l'Information) et 96 Seniors® 8 m² pour Marseille, ainsi que 124 abribus pour 8 des 18 communes de la CUM. Il représente un total de 3 070 faces publicitaires.

- En mars, JCDecaux Airport a également remporté le contrat pour l'exploitation de la publicité intérieure et extérieure de l'Aéroport de Toulouse Blagnac. D'une durée de 7 ans, ce contrat, qui prend effet le 1er avril 2009, fait suite à une consultation lancée par l'Aéroport de Toulouse Blagnac.

Avec plus de 6 millions de passagers par an, l'aéroport de Toulouse Blagnac est le quatrième aéroport de France. JCDecaux Airport qui gérait déjà la publicité intérieure de l'aéroport, a axé son offre sur l'innovation avec la création de murs d'écrans vidéo, de grands formats exceptionnels, d'offres de services sponsorisés aux passagers, de bornes hôtelières, ainsi que sur le développement de l'événementiel. Par ailleurs, JCDecaux Airport accompagnera la nouvelle dimension prise par l'Aéroport de Toulouse Blagnac lors de l'ouverture de son nouvel aérogare (Hall D) prévu fin 2009/début 2010, en installant de nouveaux supports innovants et esthétiques.

Pour la première fois, JCDecaux Airport exploitera également la publicité à l'extérieur de l'aéroport et installera des dispositifs publicitaires de grande qualité à des emplacements stratégiques.

Reste du monde

Qatar

- En mars, q.media Decaux (joint venture à 50 % entre Qatar Media Services et JCDecaux) a remporté un contrat exclusif de 10 ans avec l'unique compagnie publique de bus et taxis du Qatar : Mowasalat-Karwa.

L'ensemble de la flotte est composé de 1 450 bus et 800 taxis.

1.2 Lancements de parcs de vélos en libre-service

Belgique

- En février, JCDecaux, à la suite d'un appel d'offres, a remporté et signé le contrat des vélos en libre service de la Région Bruxelloise pour une durée de 15 ans.

Ce contrat permettra de doter la Région de Bruxelles Capitale d'une première tranche de 2 500 vélos répartis sur un maximum de 200 stations de location, puis d'une seconde portant le nombre total de vélos à 5 000. Les 100 premières stations seront installées dans les six prochains mois, et accueilleront près de 1 200 vélos.

Ces vélos bruxellois seront financés principalement par la publicité, publicité sur les vélos, mais aussi sur 275 mobiliers urbains 2m² déroulants et 35 mobiliers 8m² double face. L'intégralité des recettes générées par les abonnements et les utilisations ponctuelles complètera ce financement.

2. CHIFFRE D'AFFAIRES AU 31 MARS 2009 : CHIFFRE D'AFFAIRES ORGANIQUE EN BAISSÉ DE 11,9%

Pour le premier trimestre 2009, JCDecaux a publié un chiffre d'affaires en baisse de 11,9 % à 424,6 millions d'euros, contre 482,2 millions d'euros au premier trimestre 2008. A périmètre et taux de change constants, la baisse du chiffre d'affaires organique est égale à 11,9 %. Cette diminution du chiffre d'affaires est la conséquence des conditions économiques sans précédent qui touchent les trois activités du Groupe et la majorité de ses marchés, amplifiées par un référentiel élevé à la suite de la croissance organique de 6,9 % réalisée au premier trimestre 2008. Le chiffre d'affaires publicitaire organique, hors ventes, locations de matériel et contrats d'entretien, connaît une diminution de 12,3 %.

Chiffre d'Affaires du 1^{er} trimestre	2009 (m€)	2008 (m€)	Croissance publiée (%)	Croissance interne⁽¹⁾ (%)
Mobilier Urbain	198,6	238,6	-16,8 %	-14,0 %
Transport	137,5	134,7	2,1 %	-4,7 %
Affichage	88,5	108,9	-18,7 %	-16,2 %
Total Groupe	424,6	482,2	-11,9 %	-11,9 %

(1) à périmètre et taux de change constants

Mobilier Urbain : le chiffre d'affaires a baissé de 16,8 % et s'établit à 198,6 millions d'euros contre 238,6 millions d'euros au premier trimestre 2008. A périmètre et taux de change constants, la baisse du chiffre d'affaires organique est de 14,0 % sur la période. Hors ventes, locations de matériel et contrats d'entretien, le chiffre d'affaires publicitaire organique est en diminution de 15,9 %.

Le chiffre d'affaires organique a baissé sur la plupart des marchés développés, reflétant une réduction de la demande qui a entraîné une baisse du taux d'occupation et une pression sur les prix émanant des autres médias et principalement de la télévision. La France a enregistré, au premier trimestre, une baisse du chiffre d'affaires sensiblement inférieure à la moyenne de la division tandis que le Royaume Uni a enregistré une baisse limitée de son chiffre d'affaires en raison d'un effet de base plus favorable en 2008. D'autres marchés de la division Mobilier Urbain, dont l'Espagne, l'Allemagne et l'Amérique du Nord, ont enregistré des baisses à deux chiffres de leur chiffre d'affaires organique dues à des conditions de marché extrêmement difficiles et, pour les Etats-Unis, à un effet de base 2008 très élevé. Des taux de croissance interne positifs ont été enregistrés sur des marchés de taille moins importante, tels que la Belgique et le Luxembourg.

Le Moyen-Orient a réalisé, de nouveau, une très bonne performance au cours du premier trimestre.

Transport : le chiffre d'affaires a progressé de 2,1 % et s'établit à 137,5 millions d'euros, contre 134,7 millions d'euros au premier trimestre 2008. A périmètre et taux de change constants, la baisse du chiffre d'affaires organique est de 4,7 % reflétant un taux de croissance négatif à deux chiffres en mars après une performance légèrement positive sur les deux premiers mois de l'année.

Au premier trimestre 2009, la baisse du trafic aérien et les conditions défavorables du marché publicitaire sur la plupart des marchés européens ont entraîné une baisse à deux chiffres du chiffre d'affaires organique de la division avec un effet particulièrement fort en Espagne. La zone Asie Pacifique dans sa globalité a enregistré une diminution à deux chiffres de son chiffre d'affaires organique en raison d'un environnement commercial difficile en Chine au mois de mars, et d'un effet de base très élevé en 2008. Le chiffre d'affaires généré par les nouveaux contrats du Groupe au Moyen-Orient, en Europe et en Inde, ont quelque peu compensé ces baisses de chiffre d'affaires organique.

La baisse du chiffre d'affaires organique est limitée en Amérique du Nord grâce à un nombre plus important de contrats de longue durée et à de nouveaux dispositifs publicitaires dans les aéroports américains du Groupe.

Affichage : le chiffre d'affaires a baissé de 18,7 % et s'élève à 88,5 millions d'euros contre 108,9 millions d'euros au premier trimestre 2008. A périmètre et taux de change constants, la baisse du chiffre d'affaires organique s'établit à 16,2 %.

Le marché a continué à se détériorer au premier trimestre 2009 entraînant une baisse de la demande et, par conséquent, une très vive concurrence sur de nombreux marchés. La France a fait preuve d'une relative résistance sur le premier trimestre au regard de la performance du Groupe, tandis que le Royaume-Uni et l'Europe du Sud ont enregistré une baisse importante de leur chiffre d'affaires organique. Malgré un effet de base 2008 élevé, l'Autriche a enregistré une croissance interne positive.

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

« Comme indiqué précédemment, notre chiffre d'affaires du premier trimestre a fortement subi les effets de la récession économique sans précédent qui contraint les annonceurs à réduire significativement leurs investissements publicitaires. Renforcée par la concurrence de médias plus structurellement affaiblis, cela a entraîné sur nombre de nos marchés une importante pression sur les volumes et sur les prix. En conséquence, notre division Affichage et, pour la première fois, notre division Mobilier Urbain ont enregistré une baisse à deux chiffres de leur chiffre d'affaires, tandis que notre division Transport a bénéficié des contrats remportés dernièrement.

La visibilité reste faible et nous n'attendons pas d'amélioration sur le deuxième trimestre. Dans ces conditions et étant donné la forte croissance organique de 11,8 % réalisée au deuxième trimestre 2008, nous anticipons actuellement, pour le premier semestre 2009, une baisse de notre chiffre d'affaires organique aux alentours de 15 %. L'amplitude de cette baisse, qui dépasse nos dernières anticipations, associée aux coûts liés aux nouveaux contrats et aux contrats renouvelés récemment, aura un impact significatif sur la marge opérationnelle du Groupe au premier semestre 2009.

Nous restons néanmoins confiants sur les opportunités de croissance offertes à l'industrie de la communication extérieure à moyen terme. Nous pensons que JCDecaux est de mieux en mieux positionné dans ce secteur et que la solidité de notre bilan nous permettra de saisir les opportunités de notre marché quand celles-ci se présenteront. Un strict objectif de réduction des coûts et de sélectivité des investissements permettra à JCDecaux de s'assurer que la croissance du chiffre d'affaires concomitante à l'amélioration des conditions économiques aura un effet direct sur la marge opérationnelle du Groupe et son cash flow disponible. »

3. SITUATION FINANCIÈRE

La baisse du chiffre d'affaires du premier trimestre (-11,9%) a été principalement tirée par l'activité Affichage et l'activité Mobilier Urbain, tandis que la diminution de l'activité a été plus faible dans la division Transport qui a bénéficié du chiffre d'affaires généré par les nouveaux contrats du Groupe.

En ce qui concerne la marge opérationnelle, celle-ci sera impactée au premier semestre 2009 par la baisse sensible de l'activité et l'augmentation des coûts liés aux nouveaux contrats et aux contrats récemment renouvelés.