

## INFORMATION TRIMESTRIELLE 3<sup>ÈME</sup> TRIMESTRE 2009

Paris, le 4 novembre 2009 – JCDecaux SA (Euronext Paris : DEC), numéro un de la communication extérieure en Europe et en Asie-Pacifique, numéro deux mondial et numéro un mondial du vélo en libre service, a publié ce jour la présente information trimestrielle pour le 3<sup>ème</sup> trimestre 2009.

### 1. 3<sup>ÈME</sup> TRIMESTRE 2009: FAITS MARQUANTS

#### 1.1 Principaux contrats remportés

##### Moyen-Orient

---

###### *Qatar*

- En juillet, Q.media Decaux (joint venture entre q. media et JCDecaux) a remporté un contrat de 10 ans pour l'exploitation publicitaire du Villaggio, le plus prestigieux et le plus fréquenté centre commercial de Doha, capitale du Qatar.  
Sur une surface de 153 000 m<sup>2</sup> et plus de 3 500 places de parking, Villaggio accueille un large éventail de marques internationales haut de gamme et devrait recevoir environ 14 millions de visiteurs en 2009. S'inspirant d'une ville italienne, ce centre commercial à thème comprend un canal intérieur de 150 mètres de long avec des gondoles. Parmi les services proposés, sont inclus un cinéma, une patinoire olympique et, prochainement, un centre de loisirs familial.

#### 1.2 Acquisitions

##### Europe

---

###### *Allemagne*

- Le 15 Septembre, JCDecaux a annoncé être devenu l'actionnaire majoritaire de Wall AG, société de communication extérieure installée à Berlin. Avec l'achat des actions détenues précédemment par le fondateur de la société, Hans Wall, JCDecaux augmente sa participation dans Wall AG à 90,1 %. Daniel Wall, qui détient actuellement 9,9 % de Wall AG, continuera à en être le Directeur général. La transaction nécessite l'approbation de l'autorité de la concurrence allemande.  
En 2008, Wall a réalisé un chiffre d'affaires de 114,7 millions € avec environ 62 000 supports publicitaires de grande qualité, 85 % d'entre eux étant situés en Allemagne. Wall AG est le numéro 2 de la communication extérieure dans ce pays ainsi qu'en Turquie avec des contrats publicitaires à long terme dans des villes telles que Berlin, Düsseldorf, Dortmund, Münster et Istanbul.

#### 1.3 Autres évènements

##### Europe

---

###### *France*

- En Septembre, JCDecaux a annoncé que l'ensemble de ses vélos en libre service dans le monde comptabilise 100 millions de locations depuis leurs mises à disposition.

Après avoir lancé le concept de vélos en libre-service à Vienne en Autriche dès 2003, puis à Cordoue et Gijon en Espagne et l'avoir développé avec succès en France avec Vélo'v à Lyon en 2005, JCDecaux fait bénéficier de son service innovant un nombre croissant de villes : Santander et Séville (Espagne), Bruxelles (Belgique), Dublin (Irlande), Brisbane (Australie/ lancement prévu en 2010), Paris et 30 communes de banlieue, Marseille, Aix en Provence, Toulouse, Rouen, Besançon, Mulhouse, Amiens, Luxembourg, Nantes et Nancy ainsi que les communautés de communes de La Plaine et de Cergy-Pontoise soit un total de 60 villes et 100 millions d'utilisations à ce jour. Grâce à un dispositif monétique exclusif permettant une grande facilité d'accès, JCDecaux offre la possibilité de s'abonner pour un jour, une semaine ou un an, facilitant ainsi l'utilisation des vélos par les citoyens.

## **2. CHIFFRE D'AFFAIRES AU 30 SEPTEMBRE 2009 ET PERSPECTIVES**

JCDecaux a publié ce jour un chiffre d'affaires pour le troisième trimestre 2009 en baisse de 12,9 % à 431,8 millions d'euros, contre 495,6 millions d'euros au troisième trimestre 2008. A périmètre et taux de change constants, la baisse du chiffre d'affaires organique est égale à 12,1 %, ce qui reflète la volatilité et les difficultés du marché publicitaire au cours du trimestre pour les trois divisions et la plupart des pays du Groupe et ce, malgré de légères hausses de volume en septembre. Le chiffre d'affaires publicitaire organique, hors ventes, locations de matériel et contrats d'entretien, connaît une diminution de 12,9 %.

Le chiffre d'affaires des neuf premiers mois de l'exercice est en baisse de 13,2% à 1 357,2 millions d'euros contre 1 563,2 millions d'euros sur les premiers mois de l'exercice 2008. A périmètre et taux de change constants, la baisse du chiffre d'affaires organique des neuf premiers mois de l'exercice est égale à 13,2 %.

<b>Chiffre d'Affaires du 3<sup>ème</sup> trimestre</b>	<b>2009 (m€)</b>	<b>2008 (m€)</b>	<b>Croissance publiée (%)</b>	<b>Croissance interne<sup>(1)</sup> (%)</b>
Mobilier Urbain	202,7	232,1	-12,7 %	-10,8 %
Transport	138,6	153,1	-9,5 %	-10,7 %
Affichage	90,5	110,4	-18,0 %	-17,0 %
<b>Total Groupe</b>	<b>431,8</b>	<b>495,6</b>	<b>-12,9 %</b>	<b>-12,1 %</b>

<b>Chiffre d'Affaires des 9 premiers mois</b>	<b>2009 (m€)</b>	<b>2008 (m€)</b>	<b>Croissance publiée (%)</b>	<b>Croissance interne<sup>(1)</sup> (%)</b>
Mobilier Urbain	647,4	758,6	-14,7 %	-12,6 %
Transport	428,6	452,6	-5,3 %	-10,1 %
Affichage	281,2	352,0	-20,1 %	-18,6 %
<b>Total Groupe</b>	<b>1 357,2</b>	<b>1 563,2</b>	<b>-13,2 %</b>	<b>-13,2 %</b>

(1) à périmètre et taux de change constants

**Mobilier Urbain** : le chiffre d'affaires a baissé de 12,7 % et s'établit à 202,7 millions d'euros contre 232,1 millions d'euros au troisième trimestre 2008. A périmètre et taux de change constants, la baisse du chiffre d'affaires organique est de 10,8 % sur la période. Hors ventes, locations de matériel et contrats d'entretien, le chiffre d'affaires publicitaire organique est en diminution de 12,4 %.

Le chiffre d'affaires organique a baissé sur la plupart des marchés développés au cours du troisième trimestre, la moindre demande enregistrée en juillet et en août n'ayant pas été compensée par l'augmentation des volumes constatée sur la plupart des marchés en septembre. La France a enregistré, au troisième trimestre, une baisse de son chiffre d'affaires de l'ordre de 5% reflétant des ventes quasiment égales au mois de septembre par rapport au même mois l'année précédente. Malgré une amélioration de la situation également marquée au Royaume-Uni en septembre, le chiffre d'affaires organique a néanmoins enregistré une baisse à deux chiffres sur le troisième trimestre. Les conditions de marché difficiles en Scandinavie ainsi qu'en Europe Centrale et de l'Est n'ont pas été compensées par un début d'amélioration en Allemagne en septembre, ce qui a entraîné une baisse à deux chiffres du chiffre d'affaires de la zone

Reste de l'Europe. L'Amérique du Nord a continué à enregistrer une baisse à deux chiffres de son chiffre d'affaires organique au troisième trimestre. Le chiffre d'affaires organique du Moyen-Orient et de l'Amérique Latine a en revanche enregistré une progression à deux chiffres sur le troisième trimestre.

**Transport** : le chiffre d'affaires a baissé de 9,5 % et s'établit à 138,6 millions d'euros, contre 153,1 millions d'euros au troisième trimestre 2008. A périmètre et taux de change constants, la baisse du chiffre d'affaires organique est de 10,7 %.

La plupart des marchés européens ont enregistré une baisse à deux chiffres de leur chiffre d'affaires organique au troisième trimestre reflétant notamment des conditions de marché très difficiles au Royaume Uni et, dans une moindre mesure, en France. Une forte contraction des revenus publicitaires à Hong Kong, partiellement compensée par la faible diminution du chiffre d'affaires organique en Chine continentale, a conduit à une baisse du chiffre d'affaires de la zone Asie Pacifique sensiblement supérieure à 10%. La Chine continentale a bénéficié au troisième trimestre d'un référentiel 2008 post Jeux Olympiques plus favorable ainsi que d'une reprise des ventes en septembre. Avec une baisse du chiffre d'affaires légèrement supérieure à 10%, la performance des Etats-Unis au troisième trimestre a été en ligne avec celle du deuxième trimestre 2009.

Les nouveaux contrats du Groupe, tels que les aéroports de Dubaï et d'Alger, ont continué à générer un chiffre d'affaires important au troisième trimestre de l'année.

**Affichage** : le chiffre d'affaires a baissé de 18,0 % et s'élève à 90,5 millions d'euros contre 110,4 millions d'euros au troisième trimestre 2008. A périmètre et taux de change constants, la baisse du chiffre d'affaires organique s'établit à 17,0 %.

Le marché européen de l'affichage a continué à être marqué par une demande très faible et volatile alimentant la concurrence sur les prix entre les médias. Les conditions de certains marchés, principalement la France et le Royaume Uni, se sont toutefois graduellement améliorées au cours du troisième trimestre, entraînant en septembre une baisse du chiffre d'affaires organique global comprise entre 10% et 15%, compensant la forte baisse du chiffre d'affaires enregistrée en juillet.

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

*« Comme attendu et précédemment indiqué, JCDecaux a enregistré au troisième trimestre une baisse à deux chiffres de son chiffre d'affaires qui reflète les effets de la récession économique sur le marché publicitaire mondial. Bien que l'activité soit restée très difficile au cours du troisième trimestre 2009, la baisse du chiffre d'affaires a toutefois été inférieure à celle du deuxième trimestre, grâce à la légère amélioration de certains marchés en septembre tout particulièrement en France et en Chine continentale.*

*Selon notre perception, le marché publicitaire a atteint son point bas au cours de l'été et, bien que la situation continue à s'améliorer au quatrième trimestre principalement du fait d'un référentiel plus bas en 2008, nous ne voyons pas encore de signes durables d'une reprise du marché publicitaire. L'activité est toujours volatile. Nous anticipons dorénavant une baisse de notre chiffre d'affaires organique annuel d'environ 12,5% après avoir enregistré en 2008 l'une des meilleures croissances du secteur des médias avec un chiffre d'affaires organique en hausse de 6.3%. Le quatrième trimestre enregistrera la plus faible baisse de revenus de l'année 2009. Dans ces conditions et, grâce aux mesures prises très tôt pour optimiser la structure de coûts de JCDecaux, nous anticipons un taux de marge opérationnelle 2009 légèrement supérieur à celui qui a été atteint au premier semestre de l'année.*

*Nous demeurons confiants dans l'accroissement de l'intérêt des annonceurs pour la communication extérieure, celle-ci s'imposant comme le dernier media urbain de masse, face aux transformations structurelles de l'industrie des médias, notamment la fragmentation de la télévision et la montée en puissance d'internet. Nous restons concentrés sur notre plan d'économie de coûts et sur une allocation sélective de nos investissements afin d'optimiser l'impact d'une amélioration des conditions économiques sur la marge opérationnelle et le cash flow disponible du Groupe. »*

### **3. SITUATION FINANCIÈRE**

L'activité Affichage a été principalement tirée la baisse du chiffre d'affaires du troisième trimestre (-12,1%) tandis que l'activité Mobilier Urbain et l'activité Transport ont légèrement mieux résisté à la dégradation du marché publicitaire.

Pour l'année 2009, le Groupe anticipe une baisse du chiffre d'affaires organique d'environ 12,5%. En ce qui concerne la marge opérationnelle, celle-ci sera impactée par la baisse sensible de l'activité mais devrait bénéficier des effets du plan d'économie de coûts. Le taux de marge opérationnelle de l'année 2009 devrait ainsi être légèrement supérieur à celui enregistré au premier semestre 2009.

Au 30 septembre 2009, l'endettement de JCDecaux reste limité avec une dette nette s'élevant à 695,4 millions d'euros en baisse de 76,1 millions d'euros par rapport au 30 septembre 2008. Le Groupe dispose par ailleurs de lignes de crédit bancaires confirmées non utilisées pour 735 millions d'euros.