

## INFORMATION TRIMESTRIELLE 1<sup>ER</sup> TRIMESTRE 2013

Paris, 6 mai 2013 – JCDecaux SA (Euronext Paris : DEC), numéro un mondial de la communication extérieure, a publié ce jour la présente information trimestrielle pour le 1<sup>er</sup> trimestre 2013.

### 1. 1<sup>ER</sup> TRIMESTRE 2013 : FAITS MARQUANTS

#### 1.1 Principaux contrats remportés

##### *Etats-Unis, Chicago*

- En janvier, JCDecaux a annoncé que sa joint-venture récemment formée avec Interstate Outdoor Advertising et sa société-sœur, Foster Interstate, a signé un contrat de 20 ans avec la Ville de Chicago pour l'installation et l'exploitation de 34 dispositifs digitaux grand format (jusqu'à 111 m<sup>2</sup>) avec 60 écrans LED, le long des autoroutes de la Ville.

Ce contrat va générer environ 700 millions de dollars de chiffre d'affaires publicitaire.

Le Réseau Digital de la Ville de Chicago est le premier partenariat public/privé aux Etats-Unis destiné à créer un réseau digital urbain sur le domaine public.

##### *Espagne, Madrid*

- En janvier, JCDecaux a annoncé qu'il a remporté l'appel d'offre pour l'exploitation de la totalité de la concession publicitaire du métro de Madrid. Celle-ci inclut les contrats de publicité analogique, digitale, événementielle ainsi que du canal télévisuel et des podiums promotionnels au sein du métro, pour une durée de 8 ans. Depuis 2007, JCDecaux commercialise la publicité événementielle et les supports analogiques de l'extension du réseau du métro. Désormais, la société « Metro de Madrid » confiée à JCDecaux l'exploitation commerciale de la publicité de l'ensemble de ses lignes.

Le métro de Madrid est le plus important réseau d'Espagne, avec près de 1,6 million de passagers par jour, environ 35 % des Madrilènes se considérant comme des usagers habituels. Il est mondialement reconnu pour sa rapidité, sa modernité et la qualité de son service. Ce réseau s'étend en permanence et couvre 324 kilomètres de voies.

##### *Chine, Shanghai*

- En janvier, JCDecaux a annoncé que STDecaux (une joint-venture entre JCDecaux Shanghai Advertising Company et le groupe Shanghai Metro Shentong Ltd.) a signé un contrat exclusif de 8 ans portant sur l'exploitation du réseau télévisé du métro de Shanghai. Effectif depuis le 1er janvier 2013, ce contrat concerne les 23 000 écrans numériques gérés par la société Shanghai Metro Television Co. Ltd. et vient renforcer le portefeuille publicitaire de STDecaux dans le métro de Shanghai.

Avec ce nouveau contrat, STDecaux détient les droits exclusifs pour l'exploitation du réseau publicitaire télévisé de 20 000 écrans 17 pouces dans les trains et de 3 000 écrans 42 pouces sur les quais, représentant un total de près de 38 000 faces publicitaires dans 290 stations, sur 12 lignes de métro à Shanghai.

#### 1.2 Autre fait marquant

- En février, JCDecaux a annoncé avoir finalisé l'acquisition de 25 % de Russ Outdoor, la plus importante société de communication extérieure en Russie avec un chiffre d'affaires publicitaire de plus de 300 millions de dollars.

## 2. **CHIFFRE D'AFFAIRES AU 31 MARS 2013 : CHIFFRE D'AFFAIRES EN BAISSSE DE 0,6 %**

### **CHIFFRE D'AFFAIRES ORGANIQUE EN BAISSSE DE 2,5 %**

JCDecaux SA a publié un chiffre d'affaires pour le premier trimestre 2013 en diminution de 0,6 % à 565,7 millions d'euros, comparé à 569,0 millions d'euros au premier trimestre 2012. Le chiffre d'affaires organique est en repli de 2,5 %, globalement en ligne avec nos attentes et reflétant une nouvelle dégradation de l'environnement économique européen, ainsi qu'une inflexion modérée de notre taux de croissance en Chine. La légère progression de notre division Transport a partiellement compensé le repli du Mobilier Urbain et de l'Affichage. Le chiffre d'affaires publicitaire, hors ventes et locations de matériel, et contrats d'entretien, est en repli de 2,2 % en organique au premier trimestre 2013.

Chiffre d'affaires du 1 <sup>er</sup> trimestre	2013 (M€)	2012 (M€)	Croissance publiée	Croissance organique <sup>(a)</sup>
Mobilier Urbain	255,7	265,5	-3,7 %	-3,5 %
Transport	206,9	203,5	+1,7 %	+1,5 %
Affichage	103,1	100,0	+3,1 %	-7,6 %
<b>Total</b>	<b>565,7</b>	<b>569,0</b>	<b>-0,6 %</b>	<b>-2,5 %</b>

a. A périmètre et taux de change constants

#### **Mobilier Urbain**

Le chiffre d'affaires du premier trimestre est en repli de 3,7 % à 255,7 millions d'euros (-3,5 % en organique), ce qui reflète une détérioration en France et dans le Reste de l'Europe.

Dans nos principaux marchés de Mobilier Urbain hors Europe, l'Amérique du Nord est en léger repli et le Reste du Monde affiche une forte croissance.

Le chiffre d'affaires publicitaire du premier trimestre, hors ventes et locations de matériel, et contrats d'entretien, est en repli de 3,8 % en organique par rapport au premier trimestre 2012.

#### **Transport**

Le chiffre d'affaires du premier trimestre est en augmentation de 1,7 % à 206,9 millions d'euros (+1,5 % en organique). Le Royaume-Uni est en légère croissance et la France affiche une forte hausse qui reflète le succès de notre nouvelle offre digitale avec Aéroports de Paris. Le chiffre d'affaires dans le Reste de l'Europe est en baisse, en raison de la perte de certains contrats et d'un environnement macroéconomique difficile. Le chiffre d'affaires en Asie-Pacifique est en augmentation au premier trimestre, malgré une inflexion du taux de croissance du chiffre d'affaires en Chine. L'Amérique du Nord et le Reste du Monde connaissent une forte croissance.

#### **Affichage**

Le chiffre d'affaires du premier trimestre est en augmentation de 3,1 % à 103,1 millions d'euros (-7,6 % en organique). Cet écart entre croissance publiée et croissance organique est principalement dû à l'acquisition de 25 % de Russ Outdoor, qui a été comptabilisée à partir du mois de février.

Notre activité Affichage, principalement concentrée en Europe, est restée très difficile dans la plupart de nos marchés.

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

*"Le chiffre d'affaires du premier trimestre reflète la prudence que nous avons exprimée début mars, au vu de la détérioration de l'environnement économique en Europe qui a particulièrement touché nos activités Affichage et Mobilier Urbain. Bien que notre activité Transport ait souffert de la perte de certains contrats en Europe, sa croissance est restée bonne malgré des comparables difficiles et une légère diminution de notre taux de croissance en Chine.*

*La visibilité restant faible, et aucun changement particulier n'étant attendu dans nos marchés européens, nous anticipons aujourd'hui une croissance de notre chiffre d'affaires organique du deuxième trimestre autour de l'équilibre, avec une croissance positive au mois d'avril.*

*Nous restons convaincus que la communication extérieure conserve sa force et son attractivité, dans un paysage des médias de plus en plus fragmenté. Avec notre exposition grandissante aux pays à forte croissance, le déploiement de notre portefeuille digital, 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. La solidité de notre bilan est un avantage clé qui nous permettra de continuer à saisir les opportunités de croissance qui se présenteront."*

### **3. SITUATION FINANCIÈRE**

La diminution du chiffre d'affaires organique au premier trimestre 2013 (-2,5 %), reflète une nouvelle dégradation de l'environnement économique européen, ainsi qu'une inflexion modérée de notre taux de croissance en Chine. La légère progression de notre division Transport a partiellement compensé le repli du Mobilier Urbain et de l'Affichage.

Aucun élément matériel, autre que l'augmentation du chiffre d'affaires, n'a impacté la marge opérationnelle, le free cash disponible ou la dette nette du Groupe au cours du premier trimestre.