

INFORMATION TRIMESTRIELLE 1^{ER} TRIMESTRE 2012

Paris, 9 mai 2012 – 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 2012.

1. 1^{ER} TRIMESTRE 2012 : FAITS MARQUANTS

1.1 Principaux contrats remportés

Europe

France

- En février, JCDecaux annonce qu'il a remporté, à la suite d'un appel d'offres, le contrat de mobilier urbain publicitaire de la ville de Reims (187 200 habitants) pour une durée de 12 ans.
Ce contrat porte sur l'installation, la maintenance et l'entretien de 200 MUPI 2 m² déroulants, 50 Senior 8 m² déroulants et 5 colonnes Morris, le tout représentant 750 faces publicitaires.

Norvège

- En mars, JCDecaux SA annonce que JCDecaux Norvège a remporté l'appel d'offres pour la concession publicitaire des chemins de fer norvégiens en partenariat avec ROM Eiendom (la société immobilière qui appartient aux Chemins de fer norvégiens – NSB).
Ce contrat de 5 ans, renouvelable 3 ans, confie à JCDecaux l'exclusivité de la gestion et de l'exploitation des espaces publicitaires dans les gares et les autres espaces de ROM Eiendom.

Moyen-Orient

Sultanat d'Oman

- En février, JCDecaux annonce que sa filiale JCDecaux Moyen-Orient a signé un contrat exclusif de 20 ans avec la municipalité de Mascate afin de fournir à la ville, capitale du Sultanat d'Oman, une large gamme de mobiliers urbains publicitaires haut de gamme.
Ce contrat porte sur l'installation, l'entretien et la maintenance d'une gamme complète de mobiliers urbains publicitaires incluant des abribus, mâts signalétiques, bancs et bornes de propreté (de la ligne Arum spécialement créée pour ce contrat) mais aussi des mobiliers d'information municipale et des sanitaires publics automatiques, accessibles aux personnes à mobilité réduite, conçus par le designer français de renommée internationale Patrick Jouin, le tout représentant un total de 640 faces publicitaires.

2. CHIFFRE D'AFFAIRES AU 31 MARS 2012 : CHIFFRE D'AFFAIRES EN HAUSSE DE 6,3 % CROISSANCE ORGANIQUE DE 3,3 %

JCDecaux SA a publié un chiffre d'affaires pour le premier trimestre 2012 en hausse de 6,3 % à 569,0 millions d'euros, contre 535,3 millions d'euros au premier trimestre 2011. A périmètre et taux de change constants, la hausse du chiffre d'affaires est de 3,3 %, principalement tirée par la division Transport qui affiche une bonne croissance dans la plupart de ses zones géographiques et surtout en Asie. En dépit de conditions macro-économiques difficiles dans de nombreux pays Européens, le Mobilier Urbain a bien résisté dans les marchés clés que sont la France et l'Allemagne. Le segment Affichage est, quant à lui, resté en difficulté dans la plupart de ses marchés.

Le chiffre d'affaires publicitaire enregistre une croissance organique de 3,1 %.

Chiffre d'Affaires du 1^{er} trimestre	2012 (m€)	2011 (m€)	Croissance publiée (%)	Croissance organique⁽¹⁾ (%)
Mobilier Urbain	265,5	261,7	1,5 %	0,5 %
Transport	203,5	181,3	12,2 %	10,2 %
Affichage	100,0	92,3	8,3 %	-2,2 %
Total Groupe	569,0	535,3	6,3 %	3,3 %

(1) à périmètre et taux de change constants

Mobilier Urbain : le chiffre d'affaires est en hausse de 1,5 % à 265,5 millions d'euros contre 261,7 millions d'euros au premier trimestre 2011 (croissance organique : 0,5 %). Cette croissance limitée reflète la forte performance des Etats-Unis ainsi que la bonne résistance de marchés clés comme la France et l'Allemagne, dont les revenus publicitaires sont légèrement en hausse, et du Royaume-Uni qui reste stable. Ceci est contrebalancé par des difficultés liées aux conditions macro-économiques dans la plupart des autres marchés européens. Par ailleurs, la majorité des pays à forte croissance affiche des performances solides au premier trimestre 2012.

Le chiffre d'affaires publicitaire est stable comparé au premier trimestre 2011.

Transport : le chiffre d'affaires augmente de 12,2 % et s'établit à 203,5 millions d'euros, contre 181,3 millions d'euros au premier trimestre 2011 (croissance organique : 10,2 %). Cette performance est due à notre exposition aux pays à forte croissance et au déploiement sélectif de notre offre digitale. En dépit de comparables difficiles, l'Asie bénéficie toujours d'une bonne croissance, la Chine (incluant Hong-Kong) affichant une hausse à deux chiffres. L'activité est également bonne à Singapour, la mise en place du nouveau programme digital proposé aux annonceurs à l'aéroport de Changi étant dorénavant achevée. La France et le Royaume-Uni réalisent également de bonnes performances à deux chiffres ; le reste de l'Europe est en croissance à un chiffre.

Affichage : le chiffre d'affaires est en augmentation de 8,3 % à 100,0 millions d'euros, contre 92,3 millions d'euros au premier trimestre 2011. A périmètre et taux de change constants, le chiffre d'affaires diminue de 2,2 %. Cet écart entre croissance publiée et croissance organique est principalement dû à la réaffectation de certaines faces publicitaires dans le segment Affichage à la suite d'une réorganisation juridique de nos activités en France.

La France et le Royaume-Uni voient une légère diminution de leur chiffre d'affaires. L'Europe du Sud affiche, quant à elle, un repli à deux chiffres lié à la détérioration des conditions économiques dans ces pays.

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

"Après l'année record que fut 2011, 2012 a bien commencé avec une augmentation du chiffre d'affaires de 6,3 % et une croissance organique de 3,3 %. Cette croissance organique a été principalement tirée par notre position de leader dans les pays à forte croissance comme la Chine et Hong-Kong, ainsi que par le chiffre d'affaires réalisé dans le digital. La forte performance du Mobilier Urbain aux Etats-Unis, ainsi que sa bonne résistance dans nos marchés les plus importants que sont la France et l'Allemagne, ont compensé les faiblesses de la plupart des autres pays européens dues à la détérioration des conditions macro-économiques. Notre segment Affichage en a également souffert, mais notre division Transport a, quant à elle, continué de bénéficier de son exposition aux pays à forte croissance ainsi que du déploiement sélectif, dans les aéroports et les métros, de nos écrans digitaux qui touchent une audience captive en croissance. Pour le deuxième trimestre, nous anticipons actuellement une croissance de notre chiffre d'affaires organique autour de 1 %. Ce chiffre reflète un ralentissement de plusieurs pays européens dont la France, ainsi qu'une croissance moins forte en Chine.

Le troisième trimestre devrait bénéficier des Jeux Olympiques au Royaume-Uni. Au-delà, nous restons confiants en notre capacité à générer une bonne croissance du chiffre d'affaires grâce à la richesse de notre exposition géographique et à la qualité des actifs publicitaires dans lesquels nous investissons. Notre exposition aux pays à forte croissance, le développement de notre portefeuille d'actifs digitaux et la qualité de nos équipes dans le monde placent JCDecaux en bonne position pour surperformer le marché des médias. Nous sommes également convaincus que notre bilan solide continuera d'être un avantage compétitif à moyen terme."

3. SITUATION FINANCIÈRE

La hausse du chiffre d'affaires organique du premier trimestre 2012 (+ 3,3 %) a été principalement tirée par l'activité Transport et Mobilier Urbain, l'activité Affichage étant en légère baisse sur le trimestre.

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.