

Information trimestrielle du 1^{er} trimestre 2020

Paris, le 12 mai 2020 – JCDecaux SA (Euronext Paris : DEC), numéro un mondial de la communication extérieure, a publié ce jour son chiffre d'affaires pour le premier trimestre 2020.

FAITS MARQUANTS DU 1^{er} TRIMESTRE 2020

Principaux contrats remportés

- ***Reste du Monde***

En janvier, JCDecaux a annoncé que JCDecaux Gabon, sa filiale détenue conjointement avec le Groupe Bolloré et en partenariat avec le Fonds Gabonais d'Investissements Stratégiques (FGIS), a été choisie par ADL (Aéroport de Libreville), une filiale d'Arise Infrastructure Services, pour l'exploitation publicitaire exclusive de l'aéroport international de Libreville, au Gabon (aéroport actuel et future infrastructure).

Autres événements

- ***Groupe***

En janvier, JCDecaux a annoncé avoir été distingué pour son action en faveur du climat en intégrant la prestigieuse liste A dans le classement établi par le Carbon Disclosure Project (CDP), organisation internationale à but non lucratif dédiée au changement climatique, sur la base de son rapport climatique de 2018.

En mars, JCDecaux a annoncé que son Directoire, avec l'approbation de son Conseil de Surveillance, a décidé de proposer à ses actionnaires sa transformation en Société Européenne (*Societas Europaea*, SE), lors de la prochaine Assemblée Générale de la Société prévue le 14 mai 2020.

En mars, JCDecaux a annoncé le retrait de sa proposition de dividende au titre de l'exercice 2019 afin de renforcer sa liquidité, son bilan, qui est l'un des moins endettés de l'industrie de la Communication Extérieure, ainsi que sa flexibilité financière en réponse à la crise mondiale sans précédent causée par la pandémie de Covid-19.

- ***Asie-Pacifique***

En mars, JCDecaux a annoncé l'acquisition d'une participation minoritaire, au travers de sa filiale JCDecaux Innovate basée à Hong-Kong, à un consortium d'investisseurs ayant constitué un véhicule *ad hoc* afin de soumettre une offre publique d'achat conditionnelle pour acquérir la totalité des actions émises composant le capital de Clear Media Limited, cotée sur le Hong Kong Stock Exchange.

Le prix de l'offre de 7,12 dollars hongkongais par action représente un montant total de 3 857 millions de dollars hongkongais pour l'ensemble des actions de Clear Media, dont 23%, soit 887 millions de dollars hongkongais, seront financés par JCDecaux.

Le consortium est composé de M. Han Zi Jing, Président Directeur Général de Clear Media à hauteur de 40%, Antfin (Hong Kong) Holding Limited à hauteur de 30%, JCDecaux à hauteur de 23% et China Wealth Growth Fund III à hauteur de 7%.

L'offre est soumise aux conditions énoncées dans l'annonce de l'offre publiée conjointement par l'Initiateur et Clear Media.

- ***Reste de l'Europe***

En février, JCDecaux a invité la République Tchèque à engager des discussions. Il s'agit de la première étape de la procédure d'arbitrage initiée en application des traités bilatéraux d'investissement conclus entre la France, l'Autriche et la République Tchèque en 1990.

Pour mémoire, JCDecaux, par l'intermédiaire de sa filiale autrichienne Gewista, détient une participation de 70 % dans la société RENCAR, anciennement filiale à 100 % de la société des transports publics de la ville de Prague (Dopravní podnik hl. m. Prahy; « DPP »), rachetée par JCDecaux en 2001. DPP et RENCAR avaient conclu un contrat de location en 1997. JCDecaux s'était acquitté de la valeur de ce contrat de location en faisant l'acquisition des parts, DPP s'étant engagée à maintenir le contrat de location.

Après 18 ans d'une collaboration fructueuse, DPP a subitement fait volte-face et souhaite annuler le contrat de location de 1997 pour une raison pour le moins absurde : le contrat serait « trop vague ». En première instance, un tribunal pragois s'est rangé à cet avis, bien que le contrat de location ait été mis en œuvre et reconduit de nombreuses fois depuis 1997, soit 22 ans, et que DPP soit dans l'obligation de maintenir ce contrat de location. Cette décision fait actuellement l'objet d'un appel. Néanmoins, DPP a d'ores et déjà autorisé des tierces parties à faire usage de ses espaces publicitaires et en a refusé l'accès à RENCAR rétroactivement, à compter du 1^{er} décembre 2019.

En conséquence, JCDecaux fait appel à la justice pour demander 40 millions d'euros à date, en réparation du préjudice établi.

CHIFFRE D'AFFAIRES AU 31 MARS 2020 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. 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.

Les valeurs figurant dans les tableaux sont généralement exprimées en millions d'euros. La somme des montants arrondis ou les calculs de variations peuvent présenter des écarts non significatifs par rapport aux valeurs reportées.

Le chiffre d'affaires ajusté du Groupe pour le premier trimestre 2020 est en baisse de -13,9 % à 723,6 millions d'euros, comparé à 840,0 millions d'euros au premier trimestre 2019.

En excluant l'impact négatif lié à la variation des taux de change et l'effet positif des variations de périmètre, le chiffre d'affaires ajusté diminue de -13,9 %.

Le chiffre d'affaires publicitaire ajusté, hors ventes, locations et contrats d'entretien de mobilier urbain et de supports publicitaires, est en baisse de -14,6 % en organique au premier trimestre 2020.

Chiffre d'affaires ajusté du 1^{er} trimestre	2020 (m€)	2019 (m€)	Croissance publiée	Croissance organique^(a)
Mobilier Urbain	325,5	344,3	-5,5%	-5,0%
Transport	281,7	368,0	-23,4%	-23,8%
Affichage	116,3	127,7	-9,0%	-9,5%
Total	723,6	840,0	-13,9%	-13,9%

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 baisse de -5,5 % à 325,5 millions d'euros (-5,0 % en organique). L'Europe (incluant la France et le Royaume-Uni) est en baisse, avec la France en décroissance à deux chiffres, impactée par le confinement total à partir de mi-mars, malgré une performance positive à fin février en hausse de +1,1 %. L'Asie-Pacifique affiche une baisse à un chiffre. L'Amérique du Nord réalise une forte croissance à un chiffre. Le Reste du Monde enregistre une baisse à deux chiffres. Avant la mise en place du confinement dans de nombreux pays à partir de début mars, le Mobilier Urbain affichait une croissance de +3,9 % à fin février.

Le chiffre d'affaires publicitaire ajusté du premier trimestre, hors ventes, locations et contrats d'entretien de mobilier urbain, décroît de -5,9 % en organique par rapport au premier trimestre 2019.

TRANSPORT

Le chiffre d'affaires ajusté du premier trimestre est en baisse de -23,4 % à 281,7 millions d'euros (-23,8 % en organique), reflétant une baisse significative des trafics passagers aériens et des usagers dans les systèmes de transport terrestres. L'Europe (incluant la France et le Royaume-Uni) est en décroissance à deux chiffres, avec un impact négatif de la pandémie de Covid-19 et le non-renouvellement du contrat national déficitaire des aéroports espagnols AENA. L'Asie-Pacifique affiche une baisse significative, impactée par la pandémie de Covid-19 sur l'ensemble du trimestre. L'Amérique du Nord est en hausse. Le Reste du Monde est en légère baisse.

AFFICHAGE

Le chiffre d'affaires ajusté du premier trimestre est en baisse de -9,0 % à 116,3 millions d'euros (-9,5 % en organique). L'Europe (incluant la France et le Royaume-Uni), le Reste du Monde et l'Asie-Pacifique sont en baisse. L'Amérique du Nord affiche une croissance à deux chiffres.

A l'occasion de la publication du chiffre d'affaires du premier trimestre 2020, **Jean-François Decaux, Président du Directoire et Co-Directeur Général de JCDecaux**, a déclaré :

« Après un bon démarrage dans la plupart des marchés affichant une croissance positive, à l'exception de la Chine, en janvier et février, notre activité a commencé à être affectée de manière significative par les confinements totaux et partiels dus au Covid-19 en mars, nous obligeant à retirer nos prévisions de chiffre d'affaires pour le 1^{er} trimestre. Notre chiffre d'affaires du premier trimestre 2020 atteint 723,6 millions d'euros en baisse organique de -13,9 % par rapport à l'année dernière, malgré une croissance organique du chiffre d'affaires digital de +1,1 %.

Notre chiffre d'affaires digital, qui représente désormais 27,6 % du chiffre d'affaires du Groupe contre 23,5 % à la même période l'année dernière, a augmenté de +0,8 % avec des croissances pour le Mobilier Urbain digital et l'Affichage digital de respectivement +17,5 % et +2,8 %, tandis que le Transport digital a baissé de -10,1 %.

La baisse organique du chiffre d'affaires en Mobilier Urbain de -5,0 % est entièrement due aux confinements introduits fin février en Italie et à partir de mi-mars dans de nombreux autres pays comme la France, l'Espagne, le Royaume-Uni, l'Australie... ainsi que dans des États / villes américains comme la Californie, New York... Le chiffre d'affaires de l'Affichage a baissé de -9,5 % en organique, pour les mêmes raisons. Le Transport a été le segment le plus impacté avec une baisse organique de -23,8 % du chiffre d'affaires, principalement en raison d'une baisse significative du trafic passagers à la fois dans les aéroports et dans les systèmes de transport et d'une baisse matérielle des ventes publicitaires en Asie-Pacifique, la Chine étant le premier pays touché par cette pandémie.

Nous prévoyons désormais que l'impact négatif du Covid-19 sur nos activités augmentera considérablement à court terme, mais il n'est pas possible de quantifier l'amplitude ou la durée de son impact. Par conséquent, nous ne sommes pas en mesure de fournir des indications pour le 2^{ème} trimestre ainsi que pour les 3^{ème} et 4^{ème} trimestres. Cela dit, les mesures de confinement rappellent à des milliards de personnes dans le monde que nous avons tous besoin d'être à l'extérieur pour vivre une vie normale avec nos amis et notre famille. Pour cette raison, nous nous attendons à ce que la Communication Extérieure et la Communication Extérieure Digitale bénéficient de la réouverture des pays et des villes avec des investissements publicitaires en Mobilier Urbain et en Affichage qui rebondissent plus rapidement que pour le Transport, qui sera affecté par la distanciation sociale, tandis que la publicité dans les aéroports mettra plus de temps à retrouver son niveau d'avant crise du Covid-19. Par exemple, en France, dès que le gouvernement a annoncé la levée progressive des restrictions de confinement à compter du 11 mai, nous avons commencé à réaliser des ventes avec des annonceurs nationaux et locaux en Mobilier Urbain et en Affichage. De même, en Chine avec un trafic passagers dans les métros de Pékin, Shanghai et Canton à plus de 60 % du niveau pre-Covid-19 et des vols domestiques en aéroport qui redémarrent, nos ventes publicitaires s'améliorent.

Notre réponse à ce ralentissement sans précédent s'est concentrée sur la santé et la sécurité de nos collaborateurs dont je souhaite saluer le comportement exemplaire à travers le monde dans

ces temps difficiles, les services à nos partenaires (annonceurs, agences publicitaires / media et autorités publiques et privées du monde entier) dont entre autres l'accès gratuit à nos réseaux de vélos en libre-service pour les personnels soignants et l'installation de distributeurs de solution hydroalcoolique dans nos mobiliers, la réduction de notre base de coûts, un programme d'investissements revu à la baisse ainsi que l'amélioration de notre liquidité et de notre bilan. Nous avons entamé des discussions sur l'allègement des loyers avec tous les aéroports, villes et autorités de transport dans le monde et nous saluons la récente décision, entre autres, du Conseil Municipal de Houston de lever les minimum garantis annuels pour les concessionnaires de l'aéroport jusqu'en décembre 2021. Nous avons aussi immédiatement mis en place toutes les mesures nécessaires pour permettre à toutes nos équipes de télé-travailler en toute sécurité avec plus de 80 % de nos collaborateurs (hors collaborateurs de terrain) travaillant à distance actuellement. Les membres du Directoire ainsi que le Conseil de Surveillance ont décidé de réduire leurs rémunérations 2020 respectivement de 25 % et de 20 %. Nous avons également introduit une baisse des heures de travail des collaborateurs, des réductions volontaires de salaire et des mesures d'activité partielle grâce aux mesures gouvernementales, où cela est possible, avec une réduction des heures travaillées à près de 50 % en moyenne aux bornes du Groupe.

A la suite de notre décision de retirer la proposition de dividende 2019, nous avons saisi l'opportunité de renforcer notre liquidité et notre flexibilité financière en réalisant avec succès des émissions obligataires pour 1 milliard d'euros pour des durées de 4,5 ans et 8 ans, avec des coupons respectivement de 2,000 % et 2,625 %.

Dans un paysage des media de plus en plus fragmenté, la communication extérieure renforce son attractivité. Avec notre portefeuille diversifié de pays et d'annonceurs, 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 d'être 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 et à investir significativement en digital. »

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 2020, l'impact de la norme IFRS 11 sur le chiffre d'affaires ajusté est de -65,4 millions d'euros (-86,8 millions d'euros au premier trimestre 2019), ramenant le chiffre d'affaires IFRS à 658,2 millions d'euros (753,2 millions d'euros au premier trimestre 2019).

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.

m€		T1
CA ajusté 2019	(a)	840,0
CA IFRS 2020	(b)	658,2
Impacts IFRS 11	(c)	65,4
CA ajusté 2020	(d) = (b) + (c)	723,6
Impacts de change	(e)	1,7
CA ajusté 2020 aux taux de change 2019	(f) = (d) + (e)	725,3
Variation de périmètre	(g)	(2,3)
CA organique ajusté 2020	(h) = (f) + (g)	723,0
Croissance organique	(i) = (h) / (a)	-13,9%

m€	Impact des taux de change au 31 mars 2020
AUD	2,8
BRL	2,6
HKD	(1,0)
USD	(2,0)
Autres	(0,7)
Total	1,7

Taux de change moyen	T1 2020	T1 2019
AUD	0,5956	0,6272
BRL	0,2034	0,2338
HKD	0,1167	0,1122
USD	0,9069	0,8805

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 2020.