

INFORMATION TRIMESTRIELLE

1^{ER} TRIMESTRE 2008

Paris, 6 mai 2008 – 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 2008. Ce rapport est publié conformément aux nouvelles obligations d'information périodique issues de la transposition dans le Code monétaire et financier de la directive européenne dite « Transparence ».

1. 1^{ER} TRIMESTRE 2008: FAITS MARQUANTS

1.1 Principaux contrats remportés

Europe

France

- En janvier, le Port Autonome de Paris, à la suite d'un appel d'offres, a reconduit Avenir, filiale du groupe JCDecaux, pour la gestion de 200 faces publicitaires dans Paris et sa couronne pour une durée de 5 ans. Avec près de 130 faces situées à des emplacements stratégiques dans Paris intra-muros, ce contrat vient consolider la position d'Avenir comme premier opérateur en affichage grand format à Paris.

- En mars, le Groupement Avenir-JCDecaux a remporté, à la suite d'un appel public à concurrence, le contrat pour la mise à disposition du domaine de RFF hors gare (Lot 2) à des fins publicitaires pour une durée de 8 ans.

La nature et la dimension du Lot 2 de RFF représentent un enjeu commercial majeur du fait des 10 000 faces publicitaires qui le composent dont Avenir exploitait déjà près de 2 300 faces en sous-location.

L'apport de cette nouvelle offre renforce la qualité et l'audience des réseaux urbains du Groupe JCDecaux sur l'ensemble du territoire. Ce patrimoine contribue également à conforter la position d'Avenir et de JCDecaux en tant que partenaire privilégié des annonceurs et agences médias pour leurs campagnes de communication extérieure.

- En mars, le Groupement momentané d'entreprises Metrobus-JCDecaux piloté par Metrobus a remporté, à la suite d'un appel d'offres, le contrat pour la mise à disposition d'emplacements du domaine public ferroviaire de la SNCF en vue de leur exploitation à des fins publicitaires et de la réalisation d'opérations publicitaires pour une durée de 8 ans.

Ce contrat se répartit entre Metrobus pour 85% et JCDecaux pour 15%, qui exploitera le patrimoine hors gare, soit environ 1 500 faces, implantées majoritairement dans les villes de plus de 100 000 habitants. La proposition du Groupement Metrobus-JCDecaux repose sur l'optimisation du patrimoine de la SNCF par une approche qualitative. Celle-ci s'inscrit dans une démarche de développement durable et implique l'amélioration systématique du patrimoine publicitaire actuel de la SNCF. Pour cela, le design des mobiliers retenus a été particulièrement soigné, pour une intégration réussie que ce soit en gare ou hors gare.

Asie-Pacifique

Japon

- En janvier, MCDecaux (société commune de JCDecaux SA et Mitsubishi Corporation, dont JCDecaux détient 60 %), a remporté trois nouveaux contrats.

Ces contrats, d'une durée de 20 ans, concernent les villes de :

- Kawasaki, 9^{ème} ville japonaise avec 1,3 million d'habitants (contrat signé avec un opérateur de bus privé) ;
- Sendai, 12^{ème} ville avec 1 million d'habitants, un des principaux marchés publicitaires nippons (contrat signé avec la municipalité) ;
- Sagamiyara, 19^{ème} ville avec 0,7 million d'habitants (contrat signé avec un opérateur de bus privé).

Avec seize des vingt premières villes japonaises et 30 villes dans le top 50, représentant une audience potentielle de 28,5 millions d'habitants, MCDecaux disposera sous 5 ans d'un potentiel de 3 500 abribus et 7 000 faces publicitaires. Poursuivant son implantation dans le paysage urbain nippon, MCDecaux bénéficie d'un accueil très positif des citoyens et des annonceurs depuis le lancement en 2004 de Cityscape, son réseau d'abribus local.

Chine

- En janvier, JCDecaux Pearl & Dean – filiale de JCDecaux détenue à 100% – a signé un contrat exclusif de 5 ans avec MTR Corporation à Hong Kong pour la mise en place et la gestion de sa communication extérieure dans le métro. Celle-ci comprend les six lignes urbaines du MTR et la ligne Airport Express. Le contrat a été divisé en deux parties, l'une couvrant les produits traditionnels du MTR, l'autre consacrée à ses réseaux d'écrans plasma dont la responsabilité reviendra à une division numérique créée spécialement à cet effet, MTR Plasma TV Networks. Près de 3 400 millions de dollars HK de recettes publicitaires devraient être générés sur les cinq années de contrat.

La filiale de JCDecaux Pearl & Dean détient le contrat de publicité du MTR depuis la mise en place du métro en 1977. MTR est reconnu comme étant le leader mondial de la communication dans le métro en termes d'innovation et de créativité. Son réseau transporte 2,5 millions de passagers tous les jours et MTR domine le marché de la communication extérieure à Hong Kong.

Amérique du Nord

États-Unis

- En mars, JCDecaux a signé un contrat de concession publicitaire avec l'aéroport international de San Diego . D'une durée de dix ans, ce contrat, qui prend effet le 1^{er} juillet 2008, a fait suite à un appel d'offres. Avec plus de 18 millions de passagers par an, l'aéroport international de San Diego est le deuxième plus grand aéroport de Californie du Sud.

Amérique du Sud

Chili

- En février, JCDecaux a remporté, à la suite d'un appel d'offres, le contrat de mobilier urbain de la ville de Santiago (215 000 habitants) pour une durée de 15 ans. Ce contrat comprend le design, l'installation, l'entretien et la commercialisation de 125 abribus publicitaires, 30 MUPs 2m², 30 MUPs horloge, 15 Seniors 8m² ainsi que de 125 bornes de propreté et 4 JEI (Journaux électroniques d'information). L'ensemble de ces mobiliers représente 580 faces publicitaires.

1.2 Lancements de parcs de vélos en libre-service

France

- En février, JCDecaux a lancé Vélam (les vélos en libre-service de la ville d'Amiens) avec 26 stations et 313 vélos mis à disposition. Vélam permettra aux utilisateurs du service de profiter des nombreux aménagements piétonniers et des pistes cyclables de la ville.

Luxembourg

- En mars, JCDecaux a lancé Vel'OH !, les vélos en libre-service de la ville de Luxembourg. Le système a connu une belle affluence avec plus de 1 000 locations en 5 jours. Vel'OH ! (25 stations et 250 vélos) a été mis à disposition le 21 mars 2008 et permet aux utilisateurs du service de profiter des nombreux aménagements piétonniers et des pistes cyclables de la ville.

2. CHIFFRE D'AFFAIRES AU 31 MARS 2008 : CROISSANCE INTERNE SOLIDE (+6,9 %)

Pour le premier trimestre 2008, JCDecaux a publié un chiffre d'affaires en hausse de 1,9 % à 482,2 millions d'euros, contre 473,1 millions d'euros au premier trimestre 2007. A périmètre et taux de change constants, la croissance interne s'est élevée à 6,9 %. Cette progression reflète la poursuite de la croissance à deux chiffres de l'activité Transport compensée par un ralentissement des activités Mobilier Urbain et Affichage, impactées par des conditions de marché difficiles en France et au Royaume-Uni.

La croissance du chiffre d'affaires publié est inférieure à la croissance interne, principalement du fait de la dépréciation du dollar américain, de la livre sterling, du dollar de Hong Kong et du yuan chinois par rapport à l'euro sur le trimestre.

La croissance interne du chiffre d'affaires publicitaire, hors ventes, locations de matériel et contrats d'entretien, est de 5,2 %.

<i>Chiffre d'Affaires du 1^{er} trimestre</i>	2008 (m€)	2007 (m€)	Croissance publiée (%)	Croissance interne⁽¹⁾ (%)
Mobilier Urbain	238,6	239,0	-0,2 %	2,7 %
Transport	134,7	120,6	11,7 %	23,2 %
Affichage	108,9	113,5	-4,1 %	-1,5 %
Total Groupe	482,2	473,1	1,9 %	6,9 %

(1) à périmètre et taux de change constants

Mobilier Urbain : le chiffre d'affaires a baissé de 0,2 % et s'établit à 238,6 millions d'euros contre 239,0 millions d'euros au premier trimestre 2007. A périmètre et taux de change constants, la croissance interne s'élève à 2,7 % sur la période. La croissance interne du chiffre d'affaires publicitaire, hors ventes, locations de matériel et contrats d'entretien, s'élève à 1,4 % sur la période.

Le chiffre d'affaires est resté stable en France et a diminué au Royaume-Uni et en Allemagne du fait de conditions de marché difficiles et en raison d'un comparable élevé au premier trimestre 2007 au Royaume-Uni. Cette évolution a été plus que compensée par la croissance à deux chiffres du chiffre d'affaires en Europe Centrale et de l'Est ainsi qu'aux Pays-Bas, tandis qu'en Scandinavie, en Belgique et en Europe du Sud, la progression du chiffre d'affaires s'est avérée solide.

L'Amérique du Nord, l'Asie-Pacifique et le reste du Monde ont bénéficié d'une croissance interne à deux chiffres.

Transport : le chiffre d'affaires a progressé de 11,7 % et s'établit à 134,7 millions d'euros, contre 120,6 millions d'euros au premier trimestre 2007. A périmètre et taux de change constants, la croissance interne s'élève à 23,2 %.

A l'exception du Royaume-Uni où le chiffre d'affaires publicitaire a baissé sur la période, la croissance a été forte sur les principaux marchés européens du Groupe. En Scandinavie et en Europe Centrale et de l'Est, le chiffre d'affaires a ainsi atteint une croissance à deux chiffres, tandis qu'en France et en Europe du Sud, le chiffre d'affaires a enregistré une forte progression.

Aux Etats-Unis, le chiffre d'affaires a enregistré une croissance interne à deux chiffres très significative, soutenu par la montée en puissance des ventes des aéroports de Los Angeles depuis la signature du contrat en avril 2007. En Chine, l'activité Transport a poursuivi sa croissance à deux chiffres, bénéficiant notamment de la hausse des investissements publicitaires à la veille des Jeux Olympiques de Pékin.

Affichage : le chiffre d'affaires a baissé de 4,1 % et s'élève à 108,9 millions d'euros contre 113,5 millions d'euros au premier trimestre 2007. A périmètre et taux de change constants, la croissance interne est de -1,5 %.

Tandis que le chiffre d'affaires a diminué au Royaume-Uni en raison d'un marché difficile et d'un comparable élevé au premier trimestre 2007, la France a enregistré une légère croissance de son chiffre d'affaires sur la période, soutenue par la poursuite des innovations commerciales et marketing. En Europe de l'Est et en Europe du Sud, le chiffre d'affaires a enregistré une croissance interne à deux chiffres, tandis que l'Irlande affichait une croissance satisfaisante sur la période.

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 :

«La croissance interne de notre chiffre d'affaires a été solide au premier trimestre, principalement portée par la poursuite de la croissance à deux chiffres de l'activité Transport.»

En raison d'une légère amélioration des conditions de marché observée en France et au Royaume-Uni à partir du deuxième trimestre, nous anticipons désormais une croissance interne du chiffre d'affaires comprise entre 6 et 7 % pour 2008, légèrement supérieure à nos précédentes prévisions. La croissance restera principalement portée par la progression à deux chiffres du Transport, activité à plus faible marge, et par une amélioration du Mobilier Urbain et de l'Affichage, ce dernier segment bénéficiant notamment des contrats RFF et SNCF récemment gagnés. Nous anticipons par ailleurs une croissance solide aux Etats-Unis et dans le reste de l'Europe ainsi qu'une forte croissance de la Chine et du reste des pays émergents. »

3. SITUATION FINANCIÈRE

La croissance interne solide réalisée au premier trimestre (+6.9%) a été principalement tirée par l'activité Transport, activité à plus faible marge, tandis que la croissance s'est avérée plus faible pour le Mobilier Urbain et négative pour l'Affichage, en raison, principalement, d'un début d'année difficile en France et au Royaume-Uni.

Pour l'année 2008, la croissance interne du chiffre d'affaires devrait être principalement portée par la poursuite de la forte croissance du Transport et, dans une moindre mesure, par l'amélioration de la croissance du chiffre d'affaires des activités Mobilier Urbain et Affichage, reflétant des conditions de marché plus favorables dans nos deux principaux pays (France et Royaume-Uni) à partir du deuxième trimestre:

- en France, le démarrage des ventes début avril 2008 des contrats RFF / SNCF récemment gagnés, la poursuite de la montée en puissance du chiffre d'affaires réalisé sur les faces déroulantes à Paris (contrat SOMUPI), ainsi que le bénéfice d'un comparable plus favorable au 2^e trimestre 2007 devraient favoriser une amélioration de la croissance interne sur le reste de l'année ;
- au Royaume-Uni, une amélioration sensible des conditions de marché à partir du 2^e trimestre devrait générer une amélioration de la croissance du chiffre d'affaires sur le reste de l'année.