

Chiffre d'affaires 2020

- **Chiffre d'affaires ajusté 2020 en baisse de -40,6 % à 2 311,8 millions d'euros**
- **Chiffre d'affaires organique ajusté 2020 en baisse de -38,1 %**
- **Chiffre d'affaires ajusté du 4^{ème} trimestre 2020 en baisse de -38,0 % à 695,1 millions d'euros**
- **Chiffre d'affaires organique ajusté du 4^{ème} trimestre 2020 en baisse de -33,9 %**
- **Pas d'indication trimestrielle sur la croissance du chiffre d'affaires organique ajusté attendue en raison de la Covid-19**

Paris, le 28 janvier 2021 – JCDecaux SA (Euronext Paris : DEC), numéro un mondial de la communication extérieure, publie ce jour son chiffre d'affaires pour l'année 2020.

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 l'année 2020 est en baisse de -40,6 % à 2 311,8 millions d'euros, comparé à 3 890,2 millions d'euros en 2019. En excluant l'impact négatif lié à la variation des taux de change et l'effet négatif des variations de périmètre, le chiffre d'affaires ajusté est en baisse de -38,1 %.

Le chiffre d'affaires publicitaire organique ajusté, hors ventes, locations et contrats d'entretien de mobilier urbain et de supports publicitaires, est en baisse de -39,5 % en 2020.

Le chiffre d'affaires ajusté du Groupe pour le quatrième trimestre 2020 est en baisse de -38,0 % à 695,1 millions d'euros, comparé à 1 122,0 millions d'euros au quatrième trimestre 2019. En excluant l'impact négatif lié à la variation des taux de change et l'effet négatif des variations de périmètre, le chiffre d'affaires ajusté est en baisse de -33,9 %.

Le chiffre d'affaires publicitaire organique ajusté, hors ventes, locations et contrats d'entretien de mobilier urbain et de supports publicitaires, est en baisse de -34,9 % au quatrième trimestre 2020.

Par activité :

Chiffre d'affaires annuel ajusté	2020 (m€)	2019 (m€)	Croissance publiée	Croissance organique ^(a)
Mobilier Urbain	1 131,1	1 688,2	-33,0%	-31,9%
Transport	810,9	1 636,4	-50,4%	-47,1%
Affichage	369,7	565,6	-34,6%	-30,8%
Total	2 311,8	3 890,2	-40,6%	-38,1%

(a) A périmètre et taux de change constants

Chiffre d'affaires ajusté du 4 ^{ème} trimestre	2020 (m€)	2019 (m€)	Croissance publiée	Croissance organique ^(a)
Mobilier Urbain	369,5	507,3	-27,2%	-25,2%
Transport	215,4	458,7	-53,0%	-47,6%
Affichage	110,2	156,0	-29,4%	-21,7%
Total	695,1	1 122,0	-38,0%	-33,9%

(a) A périmètre et taux de change constants

Par zone géographique :

Chiffre d'affaires annuel ajusté	2020 (m€)	2019 (m€)	Croissance publiée	Croissance organique ^(a)
Europe ^(b)	694,3	997,9	-30,4%	-30,6%
Asie-Pacifique	603,5	1 105,0	-45,4%	-40,9%
France	442,8	618,8	-28,4%	-28,4%
Reste du Monde	206,3	450,2	-54,2%	-45,1%
Royaume-Uni	203,8	382,1	-46,7%	-46,1%
Amérique du Nord	161,3	336,1	-52,0%	-51,0%
Total	2 311,8	3 890,2	-40,6%	-38,1%

(a) A périmètre et taux de change constants

(b) Hors France et Royaume-Uni

Merci de noter que les commentaires ci-après, relatifs aux zones géographiques, concernent l'évolution du chiffre d'affaires organique.

MOBILIER URBAIN

Le chiffre d'affaires annuel ajusté baisse de -33,0 % à 1 131,1 millions d'euros (-31,9 % en organique), significativement impacté tout au long de l'année par la pandémie de la Covid-19 avec une baisse de plus de 60% des audiences en Mobilier Urbain lors des confinements. Dès que ces confinements ont été levés, la mobilité urbaine a augmenté de manière significative dans la plupart des villes européennes et dans quelques villes asiatiques jusqu'à atteindre leur niveau d'avant la pandémie de Covid-19, tandis que les cœurs de villes comme ceux de Londres, New York, Chicago, Sydney, ... avec une plus forte densité dans les centres d'affaires, ont vu une plus faible augmentation de la mobilité. La France et le Reste de l'Europe ont bien mieux performé que le Royaume-Uni, l'Asie-Pacifique, le Reste du monde et l'Amérique du Nord grâce à de meilleurs niveaux d'audience dans les villes.

Au quatrième trimestre, le chiffre d'affaires ajusté diminue de -27,2 % à 369,5 millions d'euros (-25,2 % en organique), suivant les mêmes tendances qu'au troisième trimestre 2020, en raison des confinements et couvre-feux décidés par les gouvernements nationaux et les autorités locales. La France, le Royaume-Uni et le Reste de l'Europe ont mieux performé que le Reste du Monde, l'Asie-Pacifique et l'Amérique du Nord.

Le chiffre d'affaires publicitaire organique ajusté du quatrième trimestre, hors ventes, locations et contrats d'entretien de mobilier urbain, est en baisse de -26,4 % par rapport au quatrième trimestre 2019.

TRANSPORT

Le chiffre d'affaires annuel ajusté est en baisse de -50,4 % à 810,9 millions d'euros (-47,1 % en organique), significativement impacté tout au long de l'année par la pandémie de la Covid-19 avec des audiences en Transport chutant autour de 90% pendant les confinements. Les restrictions liées aux voyages internationaux se sont poursuivies en 2020, entraînant une réduction de 60% du trafic mondial de passagers ; le transport aérien domestique revenant au niveau d'avant la pandémie de la Covid-19 en Chine vers la fin de l'année. Les audiences des métros sont également presque revenues au niveau d'avant la pandémie en Chine à la fin de l'année, tandis que le trafic ferroviaire, comme par exemple au Royaume-Uni, est resté bien en-deçà du niveau d'avant la pandémie de la Covid-19. Le Royaume-Uni, la France, le Reste du Monde et l'Amérique du Nord ont été les régions les plus touchées.

Au quatrième trimestre, le chiffre d'affaires ajusté est en baisse de -53,0 % à 215,4 millions d'euros (-47,6 % en organique), en légère amélioration par rapport au troisième trimestre 2020, principalement grâce à la Chine Continentale, où la reprise du trafic domestique s'est poursuivie,

dans les métros et les aéroports, mais avec un chiffre d'affaires publicitaire encore en retrait, tandis que le trafic aérien international est resté fortement impacté. Le Royaume-Uni, l'Amérique du Nord et la France ont été les régions les plus touchées.

AFFICHAGE

Le chiffre d'affaires annuel ajusté est en baisse de -34,6 % à 369,7 millions d'euros (-30,8 % en organique), significativement impacté tout au long de l'année par la pandémie de la Covid-19 avec une baisse du trafic automobile de plus de 60% pendant les confinements. Dès que les confinements ont été levés, il y a eu un retour rapide des audiences automobiles, les ventes publicitaires locales affichant une certaine résilience. Le Royaume-Uni, l'Amérique du Nord et l'Asie-Pacifique ont été les régions les plus touchées.

Au quatrième trimestre, le chiffre d'affaires ajusté est en baisse de -29,4 % à 110,2 millions d'euros (-21,7 % en organique), en amélioration par rapport au troisième trimestre 2020, grâce au Reste du Monde, à l'Asie-Pacifique et au Royaume-Uni mais encore impacté par les mesures prises par les gouvernements nationaux et les autorités locales.

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

« JCDecaux, numéro un mondial de la communication extérieure, a été confronté pour la première fois en 56 ans d'existence à une chute dramatique des audiences mondiales causée par la pandémie de la Covid-19, qui a contraint les gouvernements nationaux, régionaux et locaux à imposer des restrictions sans précédent dans l'histoire moderne comme des confinements, couvre-feux, fermetures de commerces, restaurants, cinémas, ...

En conséquence, le chiffre d'affaires 2020 du Groupe a baissé de -40,6 % pour atteindre 2 311,8 millions d'euros avec une diminution du chiffre d'affaires organique de -38,1 %, le chiffre d'affaires digital représentant désormais 24 % du chiffre d'affaires du Groupe.

Notre chiffre d'affaires en Mobilier Urbain et en Affichage a moins diminué que celui du Transport, reflétant de meilleures audiences piétonnes et automobiles, lorsque les confinements étaient levés. Le Transport a été l'activité la plus affectée, notamment dans les aéroports fortement impactés par l'effondrement du trafic passagers international.

Par zone géographique, c'est en France et dans le Reste de l'Europe que le chiffre d'affaires a le plus progressé au deuxième semestre 2020, principalement grâce au Mobilier Urbain. En Asie-Pacifique et plus particulièrement en Chine Continentale, les activités exposées aux audiences domestiques, dont les terminaux domestiques des aéroports, se sont également améliorées au cours du second semestre, tandis que les hubs internationaux sont restés fortement affectés par le faible trafic passagers international. L'Amérique du Nord, le Reste du Monde et le Royaume-Uni ont été les régions les plus touchées sur les 3 segments d'activité, tout au long de l'année.

Dans un paysage des media de plus en plus fragmenté et de plus en plus digital, la communication extérieure et la communication extérieure digitale renforcent leur attractivité. En tant qu'entreprise de communication extérieure mondiale la plus digitalisée allée à une nouvelle plateforme de vente à l'audience alimentée en données qualitatives, à notre portefeuille bien diversifié, à notre faculté à remporter de nouveaux contrats, à la solidité de notre structure financière et à la qualité de nos équipes dans le monde, nous considérons que nous sommes bien placés pour bénéficier du rebond. »

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 quatrième trimestre 2020, l'impact de la norme IFRS 11 sur le chiffre d'affaires ajusté est de -58,9 millions d'euros (-118,0 millions d'euros au quatrième trimestre 2019), ramenant le chiffre d'affaires IFRS à 636,2 millions d'euros (1 004,1 millions d'euros au quatrième trimestre 2019).

Pour l'année 2020, l'impact de la norme IFRS 11 sur le chiffre d'affaires ajusté est de -212,0 millions d'euros (-402,5 millions d'euros pour l'année 2019), ramenant le chiffre d'affaires IFRS à 2 099,8 millions d'euros (3 487,6 millions d'euros pour l'année 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	T2	T3	T4	Année
CA ajusté 2019	(a)	840,0	1 002,3	925,8	1 122,0	3 890,2
CA IFRS 2020	(b)	658,2	310,4	495,0	636,2	2 099,8
Impacts IFRS 11	(c)	65,4	41,5	46,2	58,9	212,0
CA ajusté 2020	(d) = (b) + (c)	723,6	351,8	541,2	695,1	2 311,8
Impacts de change	(e)	1,7	8,0	15,5	22,2	47,4
CA ajusté 2020 aux taux de change 2019	(f) = (d) + (e)	725,3	359,9	556,7	717,3	2 359,2
Variation de périmètre	(g)	(2,3)	7,0	18,4	24,8	47,9
CA organique ajusté 2020	(h) = (f) + (g)	723,0	366,8	575,2	742,1	2 407,1
Croissance organique	(i) = (h) / (a)	-13,9%	-63,4%	-37,9%	-33,9%	-38,1%

m€	Impact des taux de change au 31 décembre 2020
BRL	12,5
USD	4,8
RMB	4,7
AUD	3,7
Autres	21,7
Total	47,4

Taux de change moyen	2020	2019
BRL	0,1697	0,2266
USD	0,8755	0,8933
RMB	0,1270	0,1293
AUD	0,6043	0,6208

Prochaines informations :

Résultats annuels 2020 : 11 mars 2021 (avant marché)

Chiffres clés de JCDecaux

- Chiffre d'affaires 2020 : 2 312m€
- Une présence dans 3 890 villes de plus de 10 000 habitants
- Une audience journalière de plus de 890 millions de personnes dans plus de 80 pays
- 13 210 collaborateurs
- Leader dans le vélo en libre-service : pionnier de la mobilité douce
- 1^{ère} entreprise de Communication Extérieure ayant rejoint RE100 (engagement vers le 100 % d'énergies renouvelables)
- JCDecaux est coté sur l'Eurolist d'Euronext Paris et fait partie des indices Euronext 100 et Euronext Family Business
- JCDecaux est référencé en matière de performance extra-financière dans l'indice FTSE4Good et les classements MSCI et CDP (Liste A)
- 1 061 630 faces publicitaires dans le monde
- N°1 mondial du mobilier urbain (517 800 faces publicitaires)
- N°1 mondial de la publicité dans les transports avec plus de 160 aéroports et 270 contrats de transport dans les métros, bus, trains et tramways (379 970 faces publicitaires)
- N°1 européen de l'affichage grand format (136 750 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Europe (636 620 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Asie-Pacifique (260 700 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Amérique Latine (69 490 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Afrique (22 760 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure au Moyen-Orient (15 510 faces publicitaires)

Pour plus d'information : www.jcdecaux.com.

Retrouvez-nous sur [Twitter](#), [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#) et [YouTube](#).

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.

Direction de la Communication : Agathe Albertini

01 30 79 34 99 – agathe.albertini@jcdecaux.com

Relations Investisseurs : Arnaud Courtial

01 30 79 79 93 – arnaud.courtial@jcdecaux.com