

## Jahresumsatz 2017

### Out of Home Media

Algeria  
Angola  
Argentina  
Australia  
Austria  
Azerbaijan  
Belgium  
Botswana  
Brazil  
Bulgaria  
Cameroon  
Canada  
Chile  
China  
Colombia  
Costa Rica  
Croatia  
Czech Republic  
Denmark  
El Salvador  
Estonia  
Finland  
France  
Germany  
Guatemala  
Honduras  
Hungary  
Iceland  
India  
Ireland  
Israel  
Italy  
Japan  
Kazakhstan  
Korea  
Latvia  
Lesotho  
Lithuania  
Luxembourg  
Madagascar  
Malawi  
Mauritius  
Mexico  
Mongolia  
Mozambique  
Namibia  
Nicaragua  
Norway  
Oman  
Panama  
Peru  
Poland  
Portugal  
Qatar  
Russia  
Saudi Arabia  
Singapore  
Slovakia  
Slovenia  
South Africa  
Spain  
Swaziland  
Sweden  
Switzerland  
Tanzania  
Thailand  
The Dominican Republic  
The Netherlands  
Turkey  
Uganda  
Ukraine  
United Arab Emirates  
United Kingdom  
United States  
Uruguay  
Uzbekistan  
Zambia  
Zimbabwe

- **Bereinigter Umsatz im Gesamtjahr 2017 steigt um 2,3% auf 3.471,9 Millionen Euro**
- **Bereinigter organischer Umsatz wächst im Gesamtjahr um 3,2%**
- **Bereinigter Umsatz im vierten Quartal 2017 steigt um 3,6% auf 1.018,5 Millionen Euro**
- **Bereinigter organischer Umsatz wächst im vierten Quartal um 6,5%**

**Berlin/Paris, 30. Januar 2018 – JCDecaux SA** (Euronext Paris: DEC), die Nummer eins der Außenwerbung weltweit, legt heute die Umsatzzahlen für das Gesamtjahr 2017 vor.

Die JCDecaux-Gruppe wendet seit dem 1. Januar 2014 den Rechnungslegungsstandard IFRS 11 an. Die im Folgenden veröffentlichten operativen Kennzahlen sind entsprechend bereinigt, um weiterhin Beteiligungen an Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung anteilig abzubilden. Informationen zu den bereinigten Kennzahlen und Angaben zur Überleitung auf IFRS finden sich im Abschnitt "Bereinigte Kennzahlen" auf den Seiten 3 und 4.

Der bereinigte Konzernumsatz (Non-IFRS) stieg 2017 um 2,3% auf 3.471,9 Millionen Euro gegenüber 3.392,8 Millionen Euro im Vorjahr. Lässt man die negativen Auswirkungen von Wechselkursschwankungen und die positiven Auswirkungen von Änderungen des Konsolidierungskreises außer Acht, wuchs der bereinigte Umsatz um 3,2%.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft – also die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln – verbesserte sich 2017 um 3,5%.

Im vierten Quartal 2017 wuchs der bereinigte Konzernumsatz um 3,6% auf 1.018,5 Millionen Euro gegenüber 982,8 Millionen Euro im vierten Quartal 2016. Ohne Berücksichtigung der negativen Auswirkungen von Wechselkursschwankungen und der positiven Auswirkungen von Änderungen des Konsolidierungskreises, stieg der bereinigte Umsatz gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 6,5%.

Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft – d.h. die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln – wuchs im vierten Quartal 2017 organisch um 7,3%.

### Umsatz nach Unternehmenssparten:

Bereinigter Jahresumsatz	2017 (Mio. Euro)	2016 (Mio. Euro)	Umsatz- wachstum	Organisches Wachstum <sup>(a)</sup>
Stadtmöblierung	1.576,2	1.523,7	+3,4%	+4,4%
Transportmedien	1.398,1	1.373,7	+1,8%	+4,5%
Großflächenwerbung	497,6	495,4	+0,4%	-4,2%
<b>Gruppe gesamt</b>	<b>3.471,9</b>	<b>3.392,8</b>	<b>+2,3%</b>	<b>+3,2%</b>

(a) Bereinigt um Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekte

JCDecaux SA

United Kingdom: 27 Sale Place - London W2 1YR - Tel.: +44 (0)20 7298 8000

Head Office: 17, rue Soyer - 92200 Neuilly-sur-Seine - France - Tel.: +33 (0)1 30 79 79 79

[www.jcdecaux.com](http://www.jcdecaux.com)

A public limited corporation with an Executive Board and Supervisory Board

Registered capital of 3,240 205.36 euros - # RCS: 307 570 747 Nanterre - FR 44307570747

Bereinigter Umsatz im vierten Quartal	2017 (Mio. Euro)	2016 (Mio. Euro)	Umsatz- wachstum	Organisches Wachstum <sup>(a)</sup>
Stadtmöblierung	469,6	456,5	+2,9%	+5,3%
Transportmedien	411,9	387,4	+6,3%	+11,6%
Großflächenwerbung	137,0	138,9	-1,4%	-3,8%
<b>Gruppe gesamt</b>	<b>1.018,5</b>	<b>982,8</b>	<b>+3,6%</b>	<b>+6,5%</b>

(a) Bereinigt um Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekte

## Umsatz nach geografischen Regionen

Bereinigter Jahresumsatz	2017 (Mio. Euro)	2016 (Mio. Euro)	Umsatz- wachstum	Organisches Wachstum <sup>(a)</sup>
Europa <sup>(b)</sup>	931,6	886,2	+5,1%	+5,8%
Asiatisch-pazifischer Raum	818,7	819,3	-0,1%	+3,3%
Frankreich	612,9	628,8	-2,5%	-2,5%
Übrige Welt	450,0	405,3	+11,0%	+2,1%
Großbritannien	362,2	382,2	-5,2%	+1,4%
Nordamerika	296,5	271,0	+9,4%	+11,6%
<b>Gruppe gesamt</b>	<b>3.471,9</b>	<b>3.392,8</b>	<b>+2,3%</b>	<b>+3,2%</b>

(a) Bereinigt um Übernahmen/Veräußerungen und Wechselkurseffekte

(b) Ohne Frankreich und Großbritannien

Die Aussagen, die im Folgenden über die Geschäftsentwicklung in den geografischen Regionen getroffen werden, beziehen sich auf die organische Umsatzentwicklung.

### STADTMÖBLIERUNG

Im Unternehmensbereich Stadtmöblierung stieg der bereinigte Umsatz um 3,4% auf 1.576,2 Millionen Euro (+4,4% organisch). Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) meldete ein gutes Wachstum, angetrieben von der Digitalisierung in den bedeutendsten Städten des Kontinents. Auch in Nordamerika steigerte das Stadtmöbelsegment dank unseres digitalen Premium-Netztes in New York seinen Umsatz. Der asiatisch-pazifische Raum verzeichnete wachsende Umsätze. Aus den als "übrige Welt" zusammengefassten Märkten der Gruppe wurde ein kräftiges Umsatzplus gemeldet.

Im vierten Quartal stieg der bereinigte Umsatz um 2,9% auf 469,6 Millionen Euro (+5,3% organisch). Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) verzeichnete solide Umsatzzuwächse. In der "übrigen Welt" konnte der Geschäftsbereich sein Wachstum zweistellig steigern. In Nordamerika musste das Unternehmenssegment – außer in New York City – Umsatzrückgänge hinnehmen, was auf das Fehlen eines digitalen Stadtmöbelangebots in Boston, Chicago (wo es ab 2018 ein digitales Netz geben wird – siehe Pressemitteilung vom 04.12.2017), dem Großraum Los Angeles, San Francisco und Vancouver zurückzuführen ist. Der bereinigte Umsatz im Kerngeschäft – d. h. die Werbeeinnahmen ohne Umsätze aus Verkauf, Vermietung und Wartung von Stadtmöbeln – stieg gegenüber dem vierten Quartal 2016 um 7,0%.

### TRANSPORTMEDIEN

Der bereinigte Jahresumsatz im Konzernbereich Transportmedien verbesserte sich um 1,8% auf 1.398,1 Millionen Euro (+4,5% organisch). Der asiatisch-pazifische Raum verzeichnete steigende Umsätze. Aus Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) wurden gute Wachstumsraten gemeldet. In Nordamerika erzielte das Transportsegment ein kräftiges zweistelliges Umsatzplus. In den als "übrige Welt" zusammengefassten Märkten lag der Umsatz des Konzernbereichs unter dem Vorjahresergebnis.

Im vierten Quartal stieg der bereinigte Umsatz um 6,3% auf 411,9 Millionen Euro (+11,6% organisch). Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) und die "übrige Welt" meldeten solide Zuwächse. Im asiatisch-pazifischen Raum und in Nordamerika verzeichnete das Transportsegment ein kräftiges zweistelliges Wachstum.

## **GROSSFLÄCHENWERBUNG**

Im Gesamtjahr 2017 stieg der bereinigte Umsatz im Segment Großflächenwerbung um 0,4% auf 497,6 Millionen Euro (-4,2% organisch), wobei die Umsatzzahlen durch die Ergebnisse von Top Media und OUTFRONT Media Lateinamerika nach oben getrieben wurden. In Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) musste der Unternehmensbereich Umsatzrückgänge hinnehmen. In der "übrigen Welt" blieb das Umsatzergebnis gegenüber dem Vorjahr unverändert. Nordamerika vermeldete ein kräftiges zweistelliges Wachstum.

Im vierten Quartal verminderte sich der bereinigte Umsatz im Großflächensegment um 1,4% auf 137,0 Millionen Euro (-3,8% organisch). Sowohl in Europa (einschließlich Frankreich und Großbritannien) als auch in der "übrigen Welt" und in Nordamerika verzeichnete der Unternehmensbereich ein negatives Wachstum.

**Jean-François Decaux, Vorstandsvorsitzender und Co-Chief Executive Officer von JCDecaux zu den Jahresergebnissen der Gruppe:**

*"2017 hat JCDecaux mit einem Jahresumsatz von 3.471,9 Millionen Euro erneut ein Rekordergebnis erzielt. Unser organisches Wachstum von 3,2% im Gesamtjahr erhielt durch das vierte Quartal, das mit einem organischen Umsatzplus von 6,5% unsere Erwartungen übertraf, noch einmal einen kräftigen Schub. Dieses beachtliche Ergebnis verdankt sich einer Reihe von Faktoren: der immer stärkeren Rolle unserer digitalen Stadtmöbel, der Erholung unseres Chinageschäfts, einer Verbesserung der Marktsituation in Frankreich sowie soliden Umsatzzuwächsen in den USA und den übrigen europäischen Märkten der Gruppe. Zwar mussten wir in Großbritannien eine Geschäftsabschwächung hinnehmen, in der "übrigen Welt", besonders in Lateinamerika, machten sich jedoch die positiven Effekte der Konsolidierung bemerkbar. Insgesamt haben wir auch 2017 mehr als 35% unserer Umsätze in schnellwachsenden Märkten erwirtschaftet.*

*Mit einer organischen Wachstumsrate von 4,4% profitiert der Konzernbereich Stadtmöbliering weiterhin von der fortschreitenden Digitalisierung unseres Premium-Portfolios. Mittlerweile generieren wir 14% unserer Stadtmöbelumsätze im digitalen Bereich. Das Transportsegment wuchs organisch um 4,5%, was sich der Erholung unseres Chinageschäfts und dem wachsenden Anteil unseres digitalen Portfolios verdankt, das für 22,2% unserer Umsätze im Transportbereich verantwortlich ist. Die Großflächenwerbung bleibt in den meisten europäischen Ländern herausfordernd. Der Umsatzrückgang um 4,2% ist zum einen auf eine mangelnde Marktkonsolidierung, zum anderen auf einen geringeren Anteil an digitalen Flächen zurückzuführen, die nur 8,9% unseres Umsatzes in diesem Geschäftsfeld ausmachen. Bezogen auf alle Unternehmenssegmente wuchs der mit unserem digitalen Portfolio erwirtschaftete Umsatz organisch um 35,3% und macht mittlerweile 16,6% des Gesamtumsatzes aus. Dabei generieren wir 70% unserer digitalen Umsätze in nur 4 Ländern: Großbritannien, den USA, China und Deutschland.*

*2017 ist es uns darüber hinaus gelungen, eine ganze Reihe strategisch bedeutender Verträge zu gewinnen. Dazu zählen die Werberechte am Terminal 2 des Flughafens Kanton in China, zwei wichtige Verträge in Brasilien mit dem Flughafen São Paulo-Guarulhos und der U-Bahn von São Paulo, zwei Partnerschaften in Australien, wo wir uns die Werberechte an Straßenbahnen und Fahrgastunterständen im Straßenbahnnetz von Melbourne und den Vertrag über digitale öffentliche Telefonie mit Telstra gesichert haben, sowie der Vertrag über die Werbung im öffentlichen Nahverkehrsnetz und die Stadtmöbliering in Rotterdam. In Frankreich konnten wir mehrere neue Partner gewinnen, darunter die Stadt Nantes, und zudem unsere Verträge mit Lyon, Nizza und Antibes verlängern. Auch unser Vertrag mit dem Flughafen Brüssel wurde verlängert. Nicht zuletzt haben wir durch unsere Fusion mit América Móvil in Mexiko im Oktober die Konsolidierung in Lateinamerika vorangetrieben. Mexiko ist der zweitgrößte Werbemarkt des Kontinents mit starken Wachstumsperspektiven.*

*Wie üblich werden wir auf die Entwicklung im ersten Quartal 2017 im Rahmen der Veröffentlichung unserer vollständigen Jahresergebnisse für 2017 am 8. März 2018 eingehen.*

*In einer zunehmend fragmentierten Medienlandschaft gewinnt der Out-of-Home-Sektor weiter an Attraktivität. Wir sind dabei gut aufgestellt, um das Wachstum des Werbemarktes zu übertreffen und unsere Führungsposition in der Außenwerbebranche weiter auszubauen, indem wir gewinnträchtige Marktanteile erobern. Das hat mehrere Gründe: Wir engagieren uns stark in schnellwachsenden Märkten, bauen unser digitales Portfolio immer weiter aus – ergänzt um eine innovative, datenbasierte Plattform, mit der wir das Werbepublikum gezielt ansprechen können –,*

*schließen erfolgreich neue Verträge ab und verfügen weltweit über leistungsstarke Teams. Unsere solide Unternehmensbilanz ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil, der uns in die Lage versetzt, auch weiterhin sich bietende externe Wachstumschancen zu nutzen."*

## **BEREINIGTE KENNZAHLEN**

Gemäß dem Rechnungslegungsstandard IFRS 11, den die JCDecaux-Gruppe seit dem 1. Januar 2014 anwendet, müssen Beteiligungen an Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung verpflichtend nach der Equity-Methode bilanziert werden. Um jedoch die Geschäftsrealität der Gruppe abzubilden, fließen in die internen Berichte, die der Kontrolle der Geschäftsaktivitäten, der Ressourcenallokation und der Messung der Performance der Unternehmenssegmente dienen, die operativen Kennzahlen der Unternehmen, die unter gemeinschaftlicher Führung stehen, auch weiterhin anteilig ein.

Da IFRS 8 vorschreibt, dass Angaben zu den Geschäftssegmenten in der externen finanziellen Berichterstattung mit den innerhalb der Gruppe verwendeten Informationen übereinstimmen müssen, basieren die in der finanziellen Berichterstattung der Gruppe veröffentlichten Kennzahlen auf den oben genannten internen operativen finanziellen Informationen. Die finanzielle Berichterstattung beruht insofern auf "bereinigten" (Non-IFRS) Zahlen, die auf IFRS übergeleitet werden.

Im vierten Quartal 2017 wich der Konzernumsatz gemäß IFRS 11 um -131,6 Millionen Euro vom bereinigten Konzernumsatz ab (gegenüber -121,2 Millionen Euro im vierten Quartal des Vorjahres). Der Konzernumsatz gemäß IFRS betrug im vierten Quartal 2017 somit 886,9 Millionen Euro (gegenüber 861,6 Millionen Euro im vierten Quartal 2016).

Für das Gesamtjahr 2017 wich der Konzernumsatz gemäß IFRS 11 um -432,1 Millionen Euro vom bereinigten Konzernumsatz ab (gegenüber -418,3 Millionen Euro im Gesamtjahr 2016). Der Konzernumsatz gemäß IFRS betrug im Gesamtjahr 2017 somit 3.039,8 Millionen Euro (gegenüber 2.974,5 Millionen Euro im Gesamtjahr 2016).

## **ORGANISCHES WACHSTUM**

Das organische Wachstum entspricht dem bereinigten (Non-IFRS) Umsatzwachstum ohne Berücksichtigung der Auswirkungen von Wechselkursschwankungen und Änderungen des Konsolidierungskreises. Zur Eliminierung von Wechselkurseffekten werden die Umsätze des Berichtszeitraums zu den durchschnittlichen Wechselkursen des Vergleichszeitraums des Vorjahres umgerechnet, während die Umsätze des Vergleichszeitraums unverändert bleiben. Veränderungen des Konsolidierungskreises werden zeitanteilig berücksichtigt. Umsatzveränderungen, die durch den Abschluss neuer Verträge oder das Auslaufen oder Wegfallen bestehender Verträge zustande kommen, werden als organisches Wachstum erfasst.

### **Nächste Information:**

Jahresberichterstattung zum Geschäftsjahr 2017: 8. März 2018 (vor Börsenbeginn)

## **Kennzahlen der JCDecaux-Gruppe:**

- Umsatz im Geschäftsjahr 2017: 3.472 Millionen Euro
- JCDecaux ist in der Eurolist der Euronext Paris gelistet und wird im Index Euronext 100 und im Euronext Family Business geführt
- JCDecaux ist im FTSE4Good und im Dow Jones Sustainability Europe Index gelistet
- Weltweit die Nr. 1 im Bereich Stadtmöblierung (559.070 Werbeflächen)
- Weltweit die Nr. 1 im Bereich Transportmedien an über 220 Flughäfen und mit 260 Verträgen in der U-Bahn, Bus-, Bahn- und Straßenbahnwerbung (354.680 Werbeflächen)
- Europaweit die Nr. 1 in der Großflächenwerbung (169.860 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Europa (721.130 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung im asiatisch-pazifischen Raum (219.310 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Lateinamerika (70.680 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Afrika (29.820 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung im Nahen Osten (16.230 Werbeflächen)
- Marktführer für öffentliche Fahrradverleihsysteme; Pionier sanfter Mobilität
- 1.117.890 Werbeflächen in mehr als 75 Ländern
- Präsenz in 4.280 Städten mit über 10.000 Einwohnern
- Reichweite täglich über 410 Millionen Menschen
- 13.030 Mitarbeiter

## **Zukunftsgerichtete Aussagen**

Diese Pressemitteilung kann zukunftsgerichtete Aussagen enthalten. Diese Aussagen sind nicht als Garantien zukünftiger Entwicklungen und Ergebnisse des Unternehmens zu verstehen. Obwohl solche zukunftsgerichteten Aussagen auf Annahmen und Einschätzungen beruhen, die das Unternehmen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung als realistisch ansieht, beinhalten sie naturgemäß Risiken und Unsicherheitsfaktoren. Die tatsächlichen Entwicklungen und Ergebnisse können aufgrund dieser Risiken und Unsicherheitsfaktoren von den in den zukunftsgerichteten Aussagen ausdrücklich oder implizit enthaltenen Angaben zu Entwicklungen und Ergebnissen abweichen.

Solche Risiken und Unsicherheitsfaktoren umfassen, ohne auf diese beschränkt zu sein, die Risikofaktoren, die im Jahresbericht des Unternehmens dargestellt sind, der bei der französischen Finanzmarktaufsicht Autorité des Marchés Financiers hinterlegt ist.

Investoren und Aktionäre des Unternehmens können diesen Jahresbericht bei der Autorité des Marchés Financiers über ihre Website [www.amf-france.org/](http://www.amf-france.org/) anfordern oder direkt über die Website des Unternehmens [www.jcdecaux.com](http://www.jcdecaux.com) abrufen.

Das Unternehmen ist weder verpflichtet noch übernimmt es eine Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen zu aktualisieren oder an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.

## **Pressekontakt:**

**c/o Wall GmbH**  
Frauke Bank  
+49 (0) 30 33899381  
[frauke.bank@wall.de](mailto:frauke.bank@wall.de)