

JCDecaux

les vitrines du monde

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

14 mai 2008



Paris, France



OUVERTURE DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

Jean-François Decaux

Président du Directoire et Codirecteur général

LE CONSEIL DE SURVEILLANCE



**Jean-Claude
Decaux**

Fondateur et Président
du Conseil de Surveillance



**Jean-Pierre
Decaux**

Vice-Président du
Conseil de Surveillance



**Christian
Blanc**

Membre indépendant (démissionnaire)



**Pierre-Alain
Pariente**

Membre indépendant



**Xavier
de Sarrau**

Membre indépendant
Président du Comité d'audit

JCDecaux

les vitrines du monde

POINT SUR L'ACTIVITÉ

Jean-François Decaux
Président du Directoire et Codirecteur Général



(En millions €, normes IFRS)

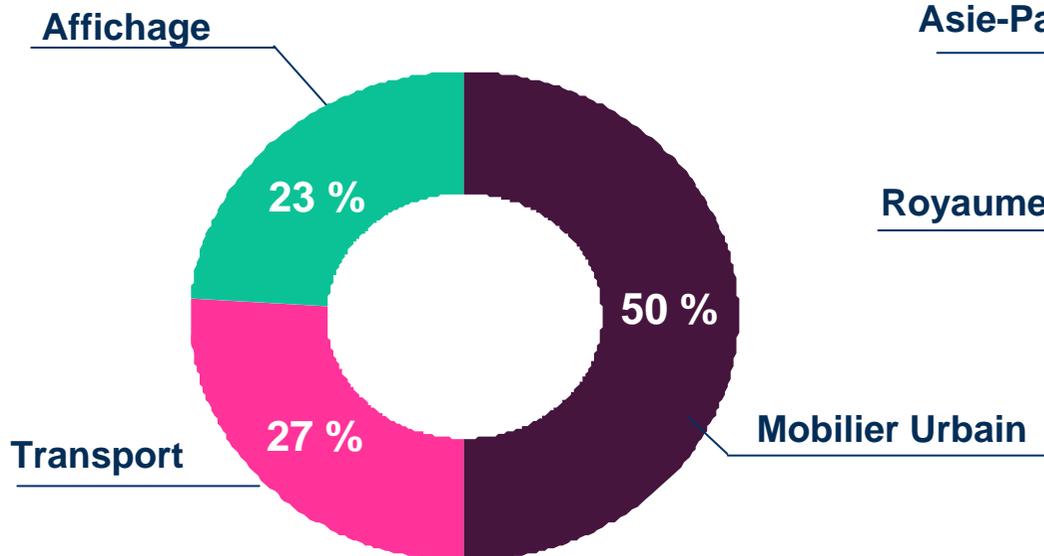
● Chiffre d'affaires	2 106,6		+8,2 %
● Marge opérationnelle (1)	555,2		+4,0 %
● Résultat d'exploitation (2)	350,2		+6,8 %
● Résultat net part du groupe	221,0		+9,9 %
● Flux de trésorerie net des opérations	373,0		+4,9 %
● Cash flow disponible	66,9		-63,5 %

(1) **Marge opérationnelle** = Chiffre d'affaires diminué des coûts directs d'exploitation (hors pièces détachées de maintenance) et des coûts commerciaux, généraux et administratifs

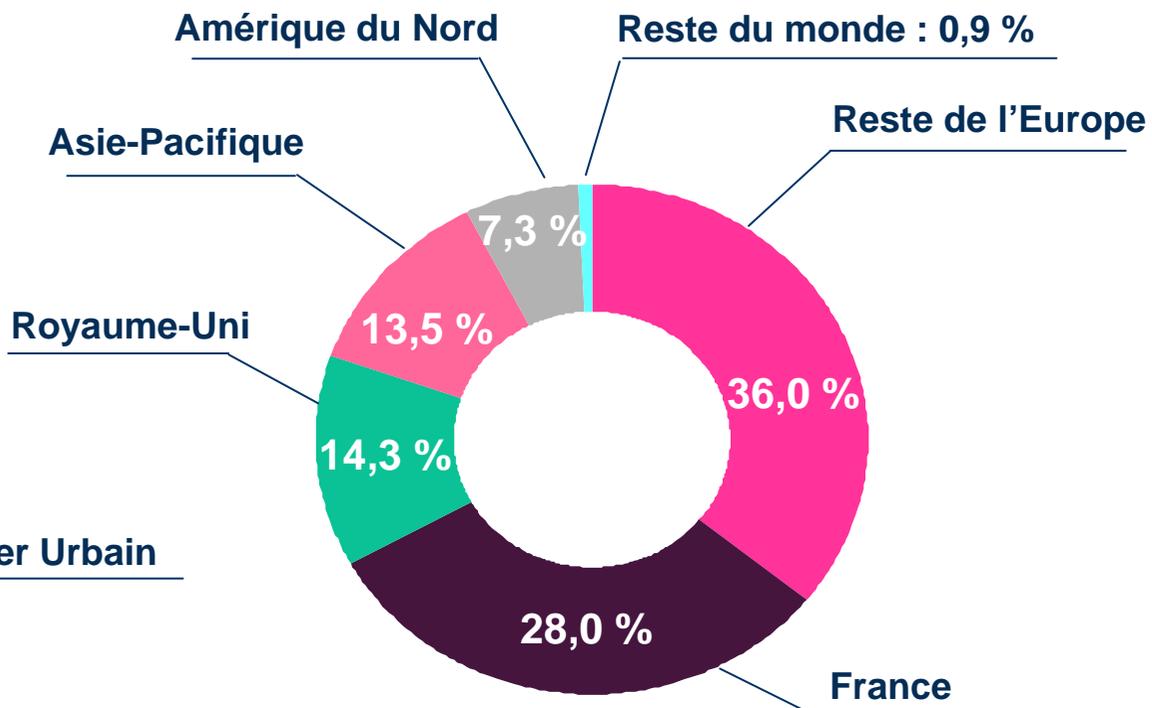
(2) **Résultat d'exploitation** = Marge opérationnelle diminuée des pièces détachées de maintenance, des dotations aux amortissements et provisions nettes, des pertes de valeur des écarts d'acquisition et des autres charges et produits opérationnels

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2007

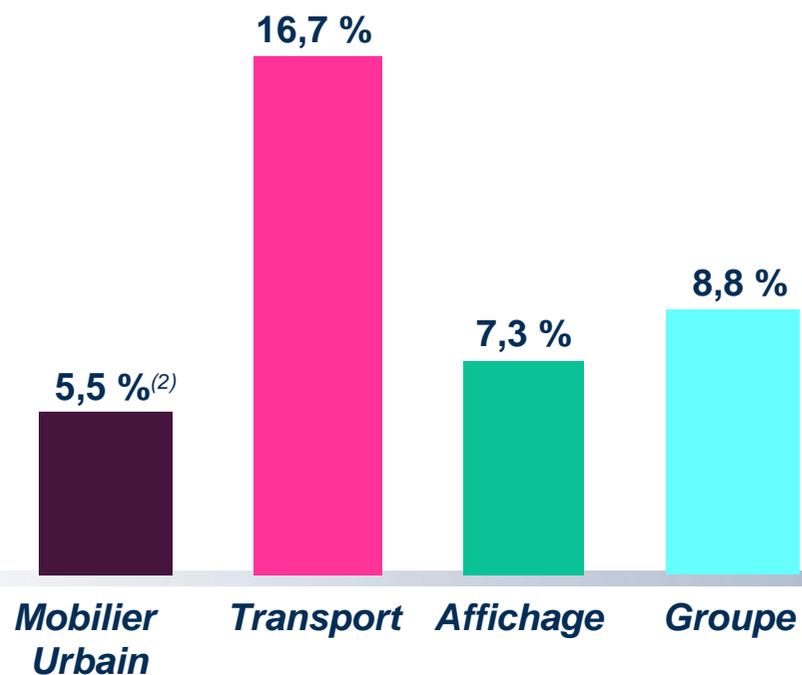
Par activité (% du total)



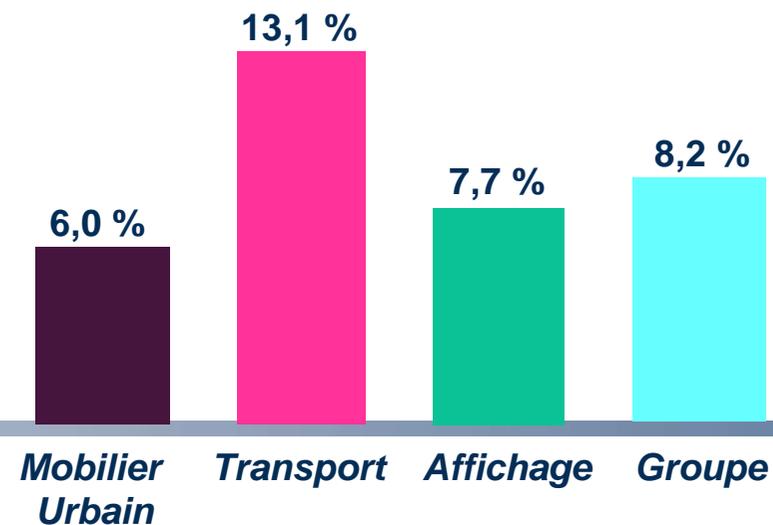
Par région (% du total)



Croissance interne (%) ⁽¹⁾



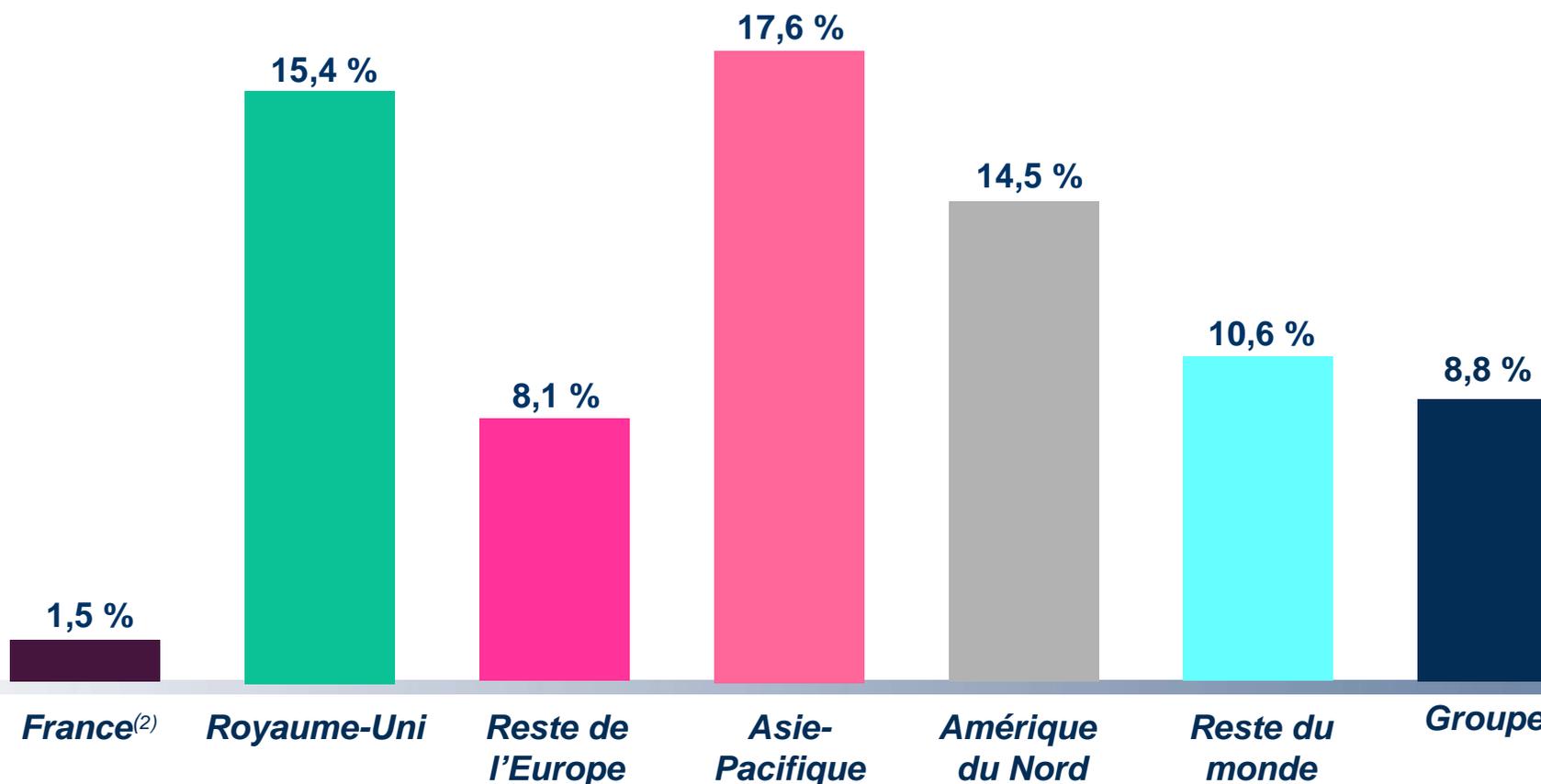
Croissance publiée (%)



(1) Croissance interne = hors acquisitions/cessions et à taux de change constants

(2) La croissance interne du chiffre d'affaires publicitaire est de 6,5 %

Croissance interne (%) ⁽¹⁾



(1) Croissance interne = hors acquisitions/cessions et à taux de change constants

(2) Le chiffre d'affaires publicitaire en France a augmenté de 2,4 % en 2007.

- **Croissance interne et renouvellements**
- **Le vélo en libre-service : une révolution**
- **Développement durable : innovations récentes**
- **Ventes & Marketing**

UNE ANNÉE RICHE EN NOUVEAUX CONTRATS ET RENOUVELLEMENTS

NOUVEAUX CONTRATS (2007- T1 2008)

MOBILIER URBAIN

- **Espagne** Séville (Mobilier urbain & vélos)
- **Japon** Sapporo Kawasaki
Kita-Kyushu Sendai
Sakai Sagamihara
Hamamatsu
- **Baltiques** Tallinn, Vilnius
- **Norvège** Stavanger
- **France** Nanterre, Antibes
Nantes (Mobilier urbain & vélos)
- **Chili** Santiago

AFFICHAGE

- **France** Paris – Contrat OPAC
Contrat RFF / SNCF

TRANSPORT

- **Belgique** Aéroport de Bruxelles
- **Chine** Métro de Shanghai (extension)
- **Inde** Aéroport de Bangalore
- **USA** Aéroport de San Diego

RENOUVELLEMENTS (2007- T1 2008)

MOBILIER URBAIN

- **France** Paris (MUPIs®, Seniors®, vélos)
Toulouse (Mobilier urbain & vélos)
Strasbourg
Nancy
Mulhouse (Mobilier urbain & vélos)
Besançon (Mobilier urbain & vélos)
Rouen (Mobilier urbain & vélos)
Amiens (Mobilier urbain & vélos)
Plaine Commune (Mobilier urbain & vélos)
- **Espagne** Vigo, Murcia
- **Allemagne** Hambourg
- **Luxembourg** Luxembourg (Mobilier urbain & vélos)

TRANSPORT

- **Chine** Métro de Hong Kong (MTR)
- **Norvège** Aéroports régionaux

CONTRATS PUBLICITAIRES RFF / SNCF UN GAIN SIGNIFICATIF

Opérateur actuel : Clear Channel Outdoor
2 mises en concurrence / 3 lots

Concédant	Description	Réponse JCD	Résultat
• RFF	1. Panneaux sur les quais	Non	Metrobus
	2. Panneaux hors gare	Oui	Avenir / JCDecaux
• SNCF	Panneaux en gare et hors gare	Oui	Groupement Métrobus / JCDecaux

Description :

Durée :

Nombre de faces :

8 ans à compter d'avril 2008

RFF (lot 2) : environ 10 000 faces

SNCF : environ 1 500 faces



Paris – Gare Saint Lazare

- **Croissance interne & renouvellements**
- **Le vélo en libre-service : une révolution**
- **Développement durable : innovations récentes**
- **Ventes & Marketing**

Pays	Villes	Dates de mise en service
Autriche	Vienne	Mai 03
Belgique	Bruxelles	Septembre 06
France	Amiens	Février 08
	Aix en Provence	Juillet 07
	Besançon	Septembre 07
	Lyon	Mai 05
	Marseille	Octobre 07
	Mulhouse	Septembre 07
	Nantes	Mai 08
	Paris	Juillet 07
	Rouen	Décembre 07
Toulouse	Novembre 07	
Ireland	Dublin	Lancement en 2009
Luxembourg	Luxembourg	Mars 08
Espagne	Cordoue	Octobre 03
	Gijon	Juillet 04
	Séville	Juillet 07
Allemagne	Hambourg	AO lancé en avril 08

● Stations opérationnelles

● Stations prévues

● Appel d'offres en cours



UN CONCEPT LARGEMENT RÉCOMPENSÉ, UN AVANTAGE CONCURRENTIEL RÉEL

Récompenses & prix 2007 : Cyclocity & Vélib'

- **Grand Prix Stratégies du Design 2007**, décerné à Vélib'
- **“Environment Friendly Innovation”**, prix italien dans la catégorie Mobilité
- **Grand Prix des modes doux 2007**, organisé par *Ville et Transports Magazine*
- **Janus 2007 du service**, décerné pour les 5 "E" : Ergonomie, Esthétique, Economie, Ethique & Emotion.
- **Grand Prix du DSI 2007**, notamment pour l'informatisation des bornes Vélib' donnant accès aux vélos en libre-service)
- **Prix de l'Observateur du Design 2008**, décerné à Vélib'

Grand prix
Stratégies



JANUS 2007
DU SERVICE



observeur design

- **Croissance interne & renouvellements**
- **Le vélo en libre-service : une révolution**
- **Développement durable : innovations récentes**
- **Ventes & Marketing**

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE AU CŒUR DES PRÉOCCUPATIONS DES VILLES

Innovations récentes en faveur du développement durable :

- **Vélos en libre service**
 - **Économies de CO₂ ⁽¹⁾ : 1,2 tonne / vélo / an**
- **De l'affiche collée traditionnelle au vinyl recyclable, à fixer sans colle**
 - **Transformation de 10 000 emplacements grand format au R.U. d'ici à 2010**
- **Récupérateurs d'eau de pluie intégrés dans les colonnes publicitaires**
 - **500 colonnes équipées à Paris → autosuffisance complète pour le nettoyage**
- **Nettoyage à l'eau de pluie et à l'eau déminéralisée**
 - **Lavage sans détergent, économie d'eau potable, aucun rejet polluant**
 - **Production d'eau déminéralisée à l'intérieur des colonnes publicitaires aux Pays-Bas (lavage plus efficace, sans détergent)**



➔ **Une performance reconnue par les agences de rating Développement Durable**
JCDecaux fait partie des indices:

- **ASPI Eurozone** depuis 2003
- **FTSE4Good** depuis 2005
- **Dow Jones Sustainability** depuis 2007

- **Croissance interne & renouvellements**
- **Le vélo en libre-service : une révolution**
- **Développement durable : innovations récentes**
- **Ventes & Marketing**

- **Toutes les activités Samsung :**
Téléphonie mobile, TV, MP3, électroménager, caméscopes numériques
- **Un partenariat multi-supports :**
Mobilier Urbain - Affichage - Transport



**SAMSUNG : 2^e ANNONCEUR DE JCDECAUX EN 2007
(10^e ANNONCEUR EN 2005)**

SAMSUNG : 2e ANNONCEUR DU GROUPE UN PARTENARIAT MULTI-SUPPORTS



Londres



Paris



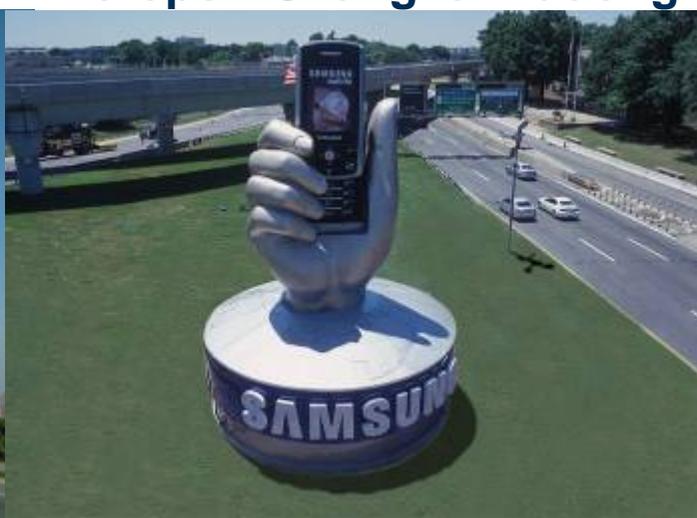
Aéroport Shanghai Pudong



Aéroport Paris-CDG



Aéroport de Barcelone



Aéroport JFK - New York

JCDecaux

les vitrines du monde

NOUVEAUX DISPOSITIFS GRAND FORMAT «PREMIÈRE - HALO LIGHT»



Londres, Royaume-Uni - novembre 2007

La technique d'éclairage "Halo Light", dédiée à la promotion des marques, peut encadrer n'importe quelle zone de l'affiche en faisant appel à 16,7 millions de couleurs, avec la possibilité de modifier les teintes selon le moment de la journée ou l'heure.



JCDecaux

les vitrines du monde

ABRIBUS TRANSFORMÉS EN VITRINES PUBLICITAIRES



Macy's

*Chicago, États-Unis
Février 2008*



Popcorns Orville Redenbacher



*Paris, France
Mars 2007*



Nouvel Album de Calogero

JCDecaux

les vitrines du monde

ADHÉSIVAGE - CAMPAGNE RIBENA



Londres, Royaume-Uni – juin 2007



JCDecaux

les vitrines du monde

ADHÉSIVAGE - SCHWARZKOPF



Lyon, France - avril 2008



JCDecaux

les vitrines du monde

PROCÉDÉ SWIP - DIOR



Paris, France - avril 2008



JCDecaux

les vitrines du monde

ÉLÉMENTS FINANCIERS

Gérard Degonse

Directeur Général Finance & Administration



(En millions €, sauf %, normes IFRS)

	2007	2006	Variation %
▶ Chiffre d'affaires	2 106,6	1 946,4	+8,2 %
▶ Coûts d'exploitation	(1 551,4)	(1 412,8)	
▶ Marge opérationnelle ⁽¹⁾	555,2	533,6	+4,0 %
▶ Amortissements, pièces détachées & autres	(205,0)	(201,7)	
▶ Perte de valeur des écarts d'acquisition	-	(4,0) ⁽³⁾	
▶ Résultat d'exploitation ⁽²⁾	350,2	327,9 ⁽³⁾	+6,8 %
▶ Résultat financier	(51,3)	(45,1)	
▶ Impôts	(92,5)	(91,4)	
▶ Mise en équivalence	18,6	12,6	
▶ Intérêts minoritaires	(4,0)	(2,9)	
▶ Résultat net part du groupe	221,0	201,1	+9,9 %

(1) *Marge opérationnelle = Chiffre d'affaires diminué des coûts directs d'exploitation (hors pièces détachées de maintenance) et des coûts commerciaux, généraux et administratifs*

(2) *Résultat d'exploitation = Marge opérationnelle diminuée des pièces détachées de maintenance, des dotations aux amortissements et provisions nettes, des pertes de valeur des écarts d'acquisition et des autres charges et produits opérationnels.*

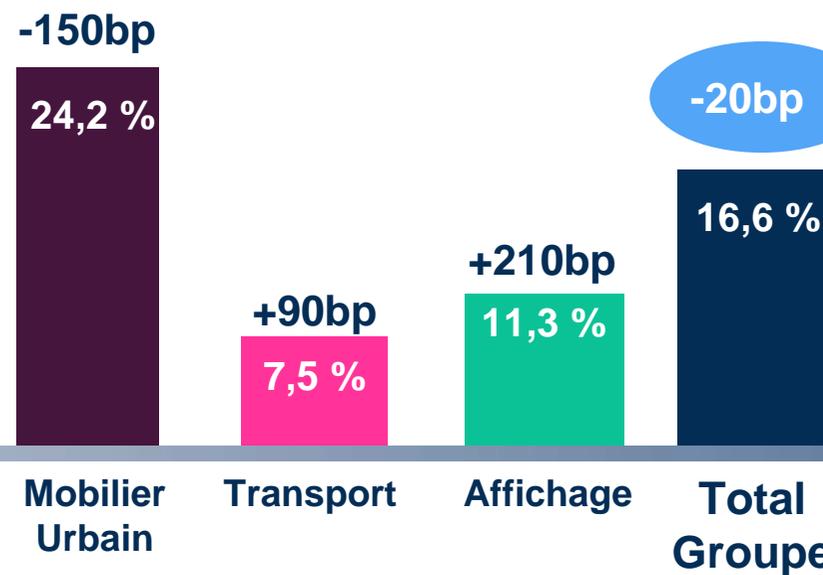
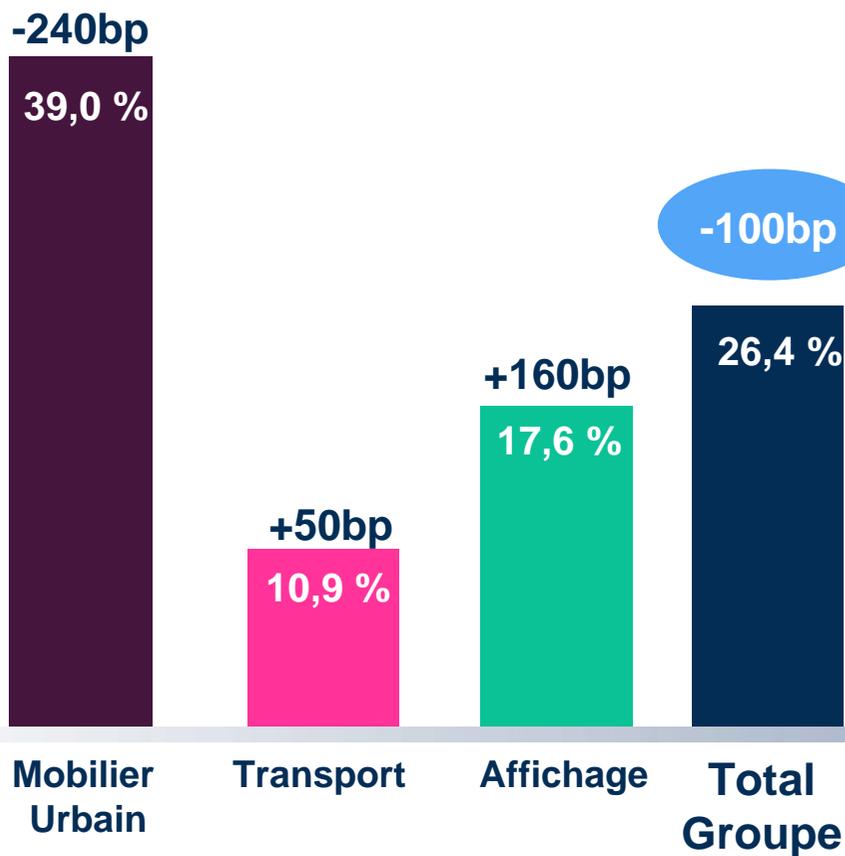
(3) *Le résultat d'exploitation 2006 a été retraité suite à la reclassification de la perte de valeur des écarts d'acquisition dans le résultat d'exploitation*

RÉPARTITION DES MARGES PAR ACTIVITÉ

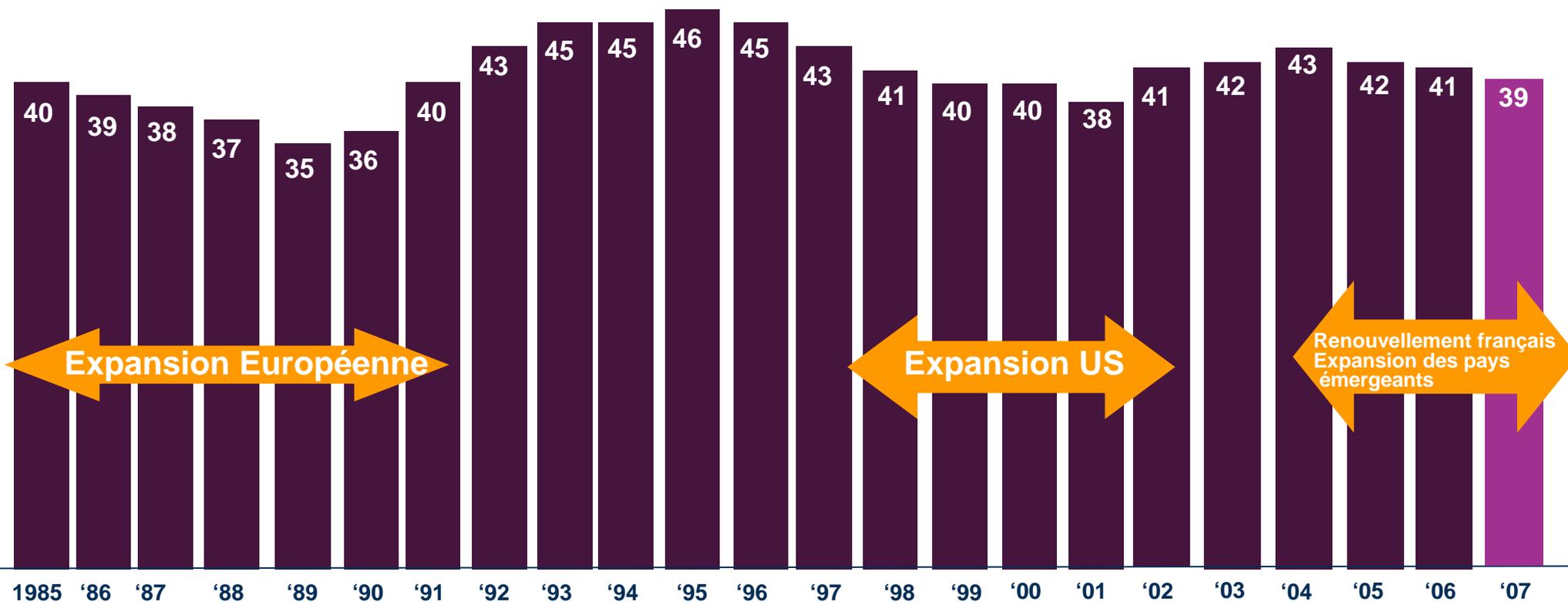
(Normes IFRS)

Marge opérationnelle (% du CA)

Résultat d'exploitation (% du CA)



Marge opérationnelle (% du CA)



CA x 6,6

TABLEAU DE FLUX DE TRÉSORERIE

(En millions €, sauf %, normes IFRS)

	2007	2006	Variation %
▶ Flux net des activités opérationnelles	373,0	355,5 ⁽³⁾	+4,9 %
▶ Inv. généraux & Inv. de renouvellement	(179,9)	(111,2)	
▶ Cash flow disponible ajusté	193,1	244,3	-21,0 %
▶ Investissements de croissance (incl. incorporels)	(126,2)	(60,8) ⁽³⁾	
▶ Cash flow disponible	66,9	183,5 ⁽³⁾	-63,5 %
▶ Dividendes (net)	(88,2)	(84,3)	
▶ Augmentation de capital	22,6	13,6	
▶ Investissements financiers (net)	(19,1)	(213,6) ⁽³⁾	
▶ Autres ⁽¹⁾	(7,1)	0,3	
▶ Variation de la dette nette (Bilan) ⁽²⁾	24,9	100,5	

Note: Cash flow disponible ajusté = Cash flow disponible avant investissements de croissance

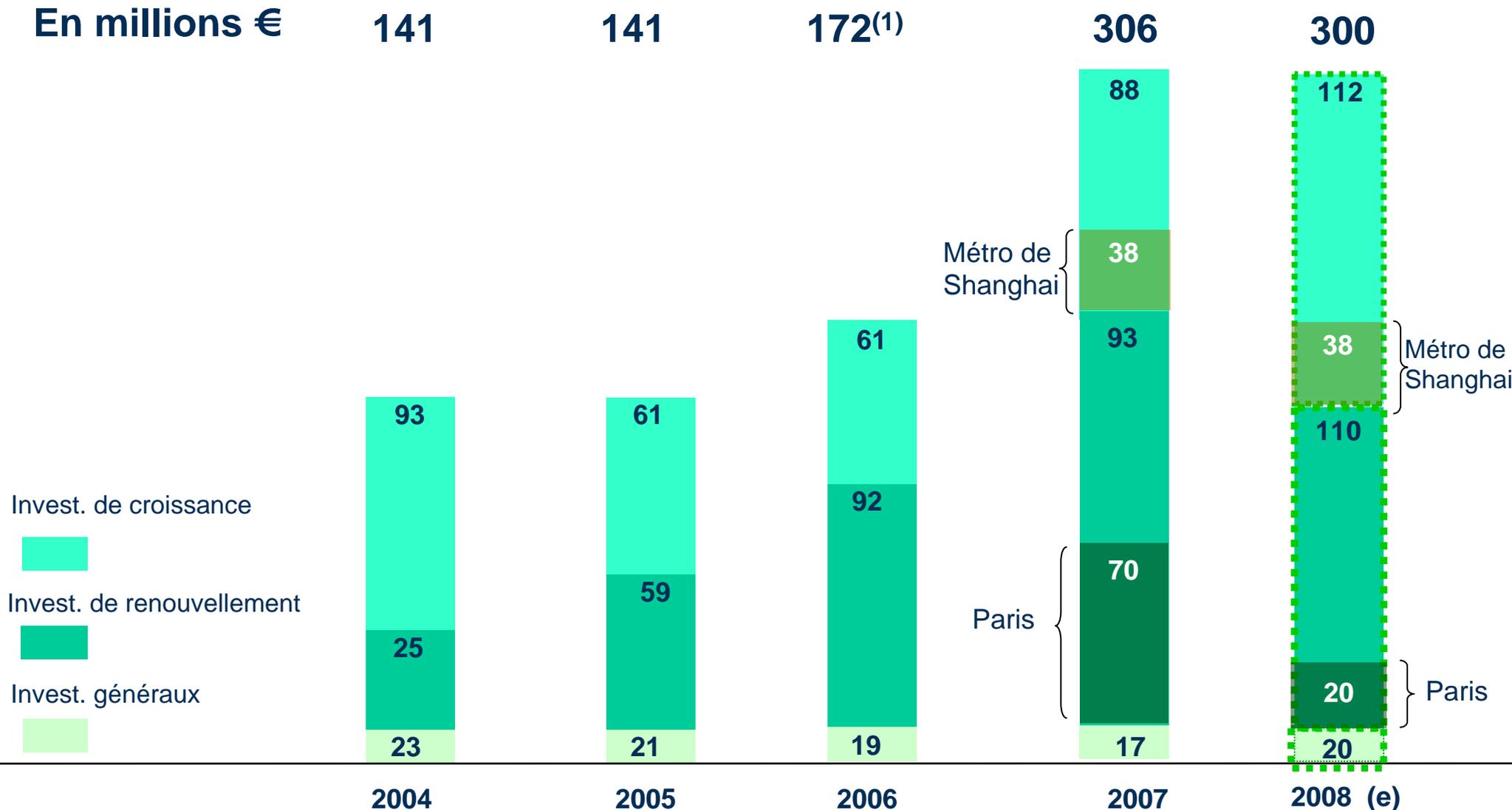
(1) Principalement variations de périmètre, variations de change sur dette financière, impact de l'IAS 39 et de la location financement

(2) Exclut l'impact IAS 32 et inclut l'impact IAS 39 (revalorisation de la dette et instruments financiers) ainsi que le retraitement des prêts accordés aux sociétés consolidées en proportionnelle.

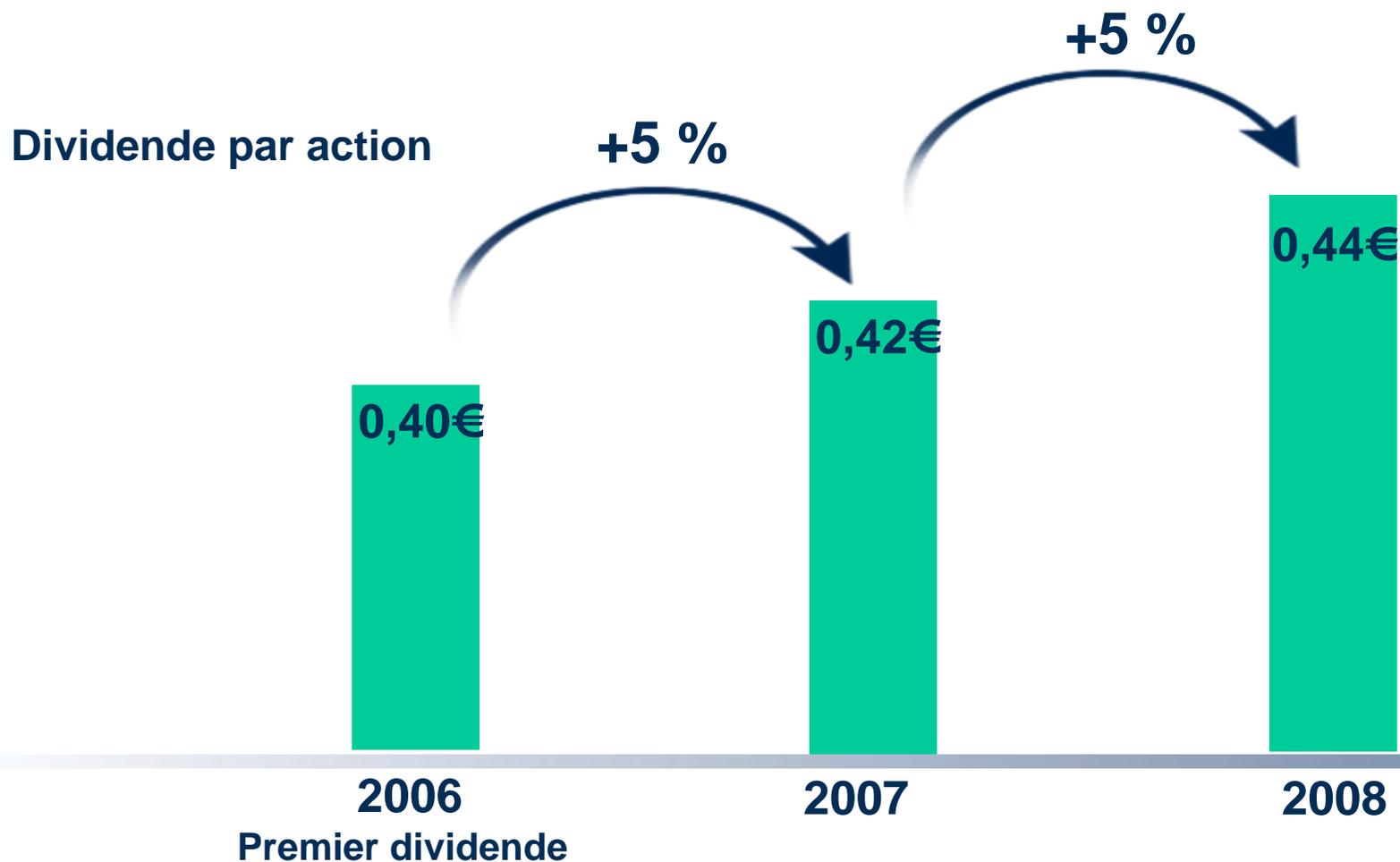
(3) Les chiffres 2006 ont été retraités du fait d'un changement de méthodologie lié à la comptabilisation des dettes sur immobilisations

INVESTISSEMENTS 2004 – 2008(e)

En millions €



(1) Le montant des investissements 2006 a été retraité du fait d'un changement de méthodologie lié à la comptabilisation des dettes sur immobilisations

Forte croissance du résultat net et redistribution aux actionnaires

RAPPORTS DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

Frédéric Quélin

KPMG Audit

JCDecaux

les vitrines du monde

STRATÉGIES ET PERSPECTIVES DE CROISSANCE

Jean-Charles Decaux

Codirecteur Général



- ➔ **UN SECTEUR EN CROISSANCE**
La communication extérieure continue de bénéficier de la fragmentation des médias traditionnels
- ➔ **NOUVEAUX FORMATS – PUBLICITÉ DIGITALE**
Dernières avancées
- ➔ **NOUVEAUX MARCHÉS**
Développement rapide sur les marchés à forte croissance
Focus sur la Chine

« LA COMMUNICATION EXTÉRIEURE DÉFIE LA MOROSITÉ DU MARCHÉ PUBLICITAIRE »

“ On parle beaucoup du déclin des médias traditionnels. Et pourtant, la communication extérieure se démarque dans la morosité ambiante. [...]”

La publicité sur les lieux publics semble insensible à la fragmentation des audiences et au développement de la publicité en ligne qui mine la croissance de la presse et de la télévision. [...]

En effet, la communication extérieure jouit d'une audience captive: les villes ne cessent de s'agrandir et nous passons de plus en plus de temps dans les transports pour aller travailler. Par ailleurs, ce média est en constante innovation et l'introduction des panneaux déroulants et du rétro-éclairage ont ravivé l'attrait des annonceurs pour l'affichage.

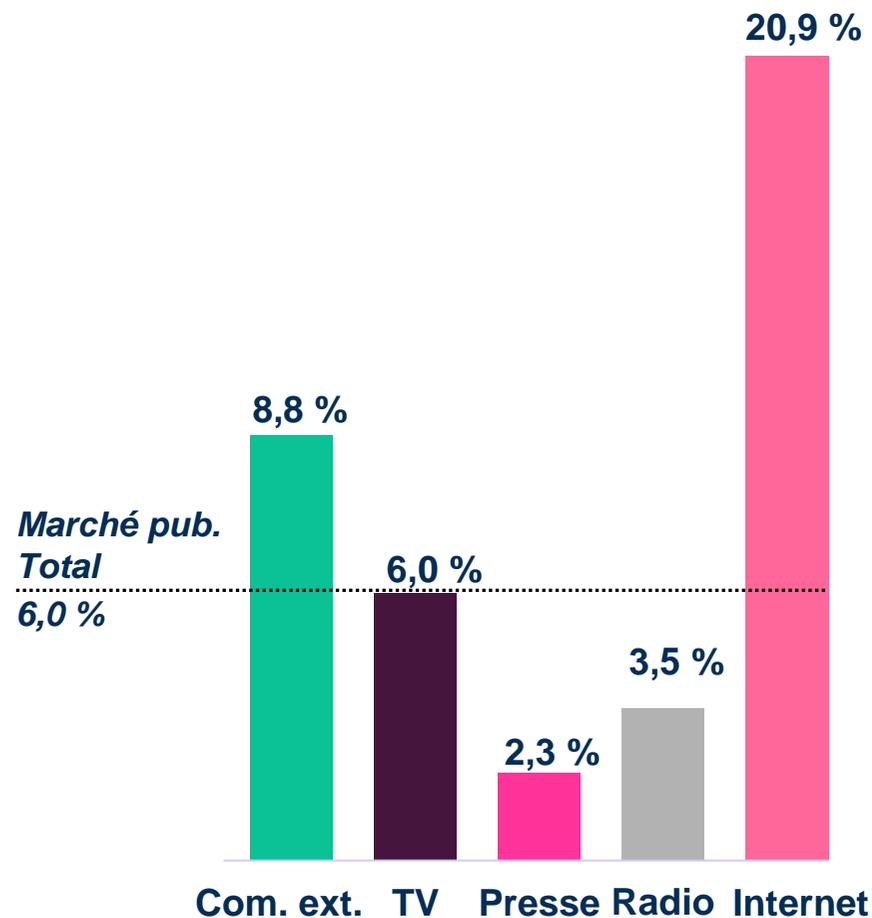
Chapeaux bas à ce bon vieux média ”

LA COMMUNICATION EXTÉRIEURE, UN SECTEUR EN CROISSANCE

Avec Internet, seuls le cinéma et la communication extérieure devraient croître plus vite que le marché publicitaire jusqu'en 2009. [...]

La communication extérieure continue de gagner des parts de marché tandis que les opérateurs investissent dans des supports de qualité et que la mesure d'audience s'améliore.

Prévisions ZenithOptimedia



2008-2010 croissance estimée (CAGR)

LA COMMUNICATION EXTÉRIEURE À L'HEURE DU DIGITAL

- Une transition **mesurée** et sélective vers le digital
- Des produits particulièrement **adaptés à la publicité dans les Transports** (audience captive)
- Un moyen **d'étendre et de renouveler les contrats** et d'attirer **de nouveaux annonceurs**.



Écrans digitaux – Heathrow T5 Londres

Écrans plasma – Métro de Hong Kong

Nouveaux supports digitaux - Londres

Plus grand réseau au monde de communication numérique en aéroport

- 600 emplacements publicitaires numériques haute définition dans les aéroports BAA
- Investissements financés par BAA
- Fournisseurs : Samsung & Fujitsu



Heathrow – Terminal 5

T5 - Heathrow : ouverture le 27 mars 2008

- 333 panneaux d'affichage
- 200 écrans numériques
- audience attendue : 27 millions de passagers

20 NOUVEAUX PANNEAUX D’AFFICHAGE NUMÉRIQUE À LONDRES

- **20 dispositifs d’affichage numérique (18m²) sur des emplacements de premier choix** dans le centre de Londres (lancement le 24 mars 2008)
- **Ce réseau permettra aux annonceurs de :**
 - voir leurs créations automatiquement téléchargées sur les 20 écrans numériques
 - diffuser des messages multiples
 - changer le message en temps réel
- Chaque publicité sera diffusée **toutes les minutes** et plus de **20 000 fois en 2 semaines**
- **Audience :** 4,8 millions de Londoniens en 2 semaines

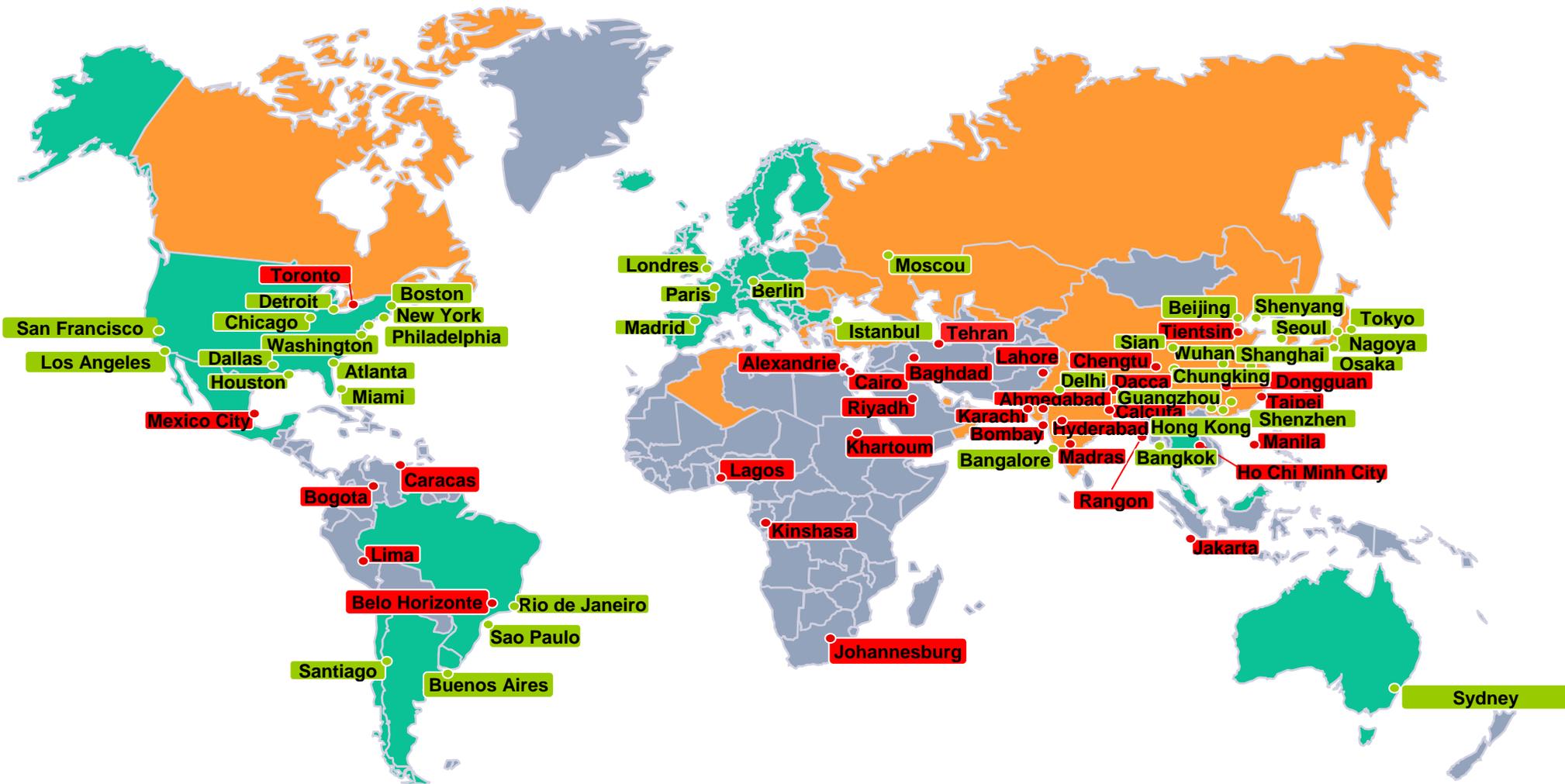


Londres



Londres

" PRÉSENCE DANS 38 DES 70 PLUS GRANDES VILLES AU MONDE "



Marchés de la communication extérieure à forte croissance

Pays présentant une croissance à 2 chiffres en 2008 vs 2007 (ZenithOptimedia, décembre 2007)

Croissance Présence JCD

Europe de l'Est

Roumanie	+40 %	à travers Affichage
Moldavie	+25 %	
Slovaquie	+23 %	N°1
Russie	+23 %	à travers BigBoard
Ukraine	+22 %	à travers BigBoard
Serbie	+19 %	à travers Affichage
Lituanie	+16 %	N°1
Biélorussie	+15 %	
Croatie	+14 %	N°1
Bosnie	+13 %	à travers Affichage
Bulgarie	+11 %	à travers Affichage
Pologne	+11 %	✓
Lettonie	+10 %	N°1
Estonie	+10 %	N°1
Slovénie	+10 %	N°1

Amérique Latine

Uruguay	+10 %	✓
----------------	--------------	---

Croissance Présence JCD

Asie Pacifique

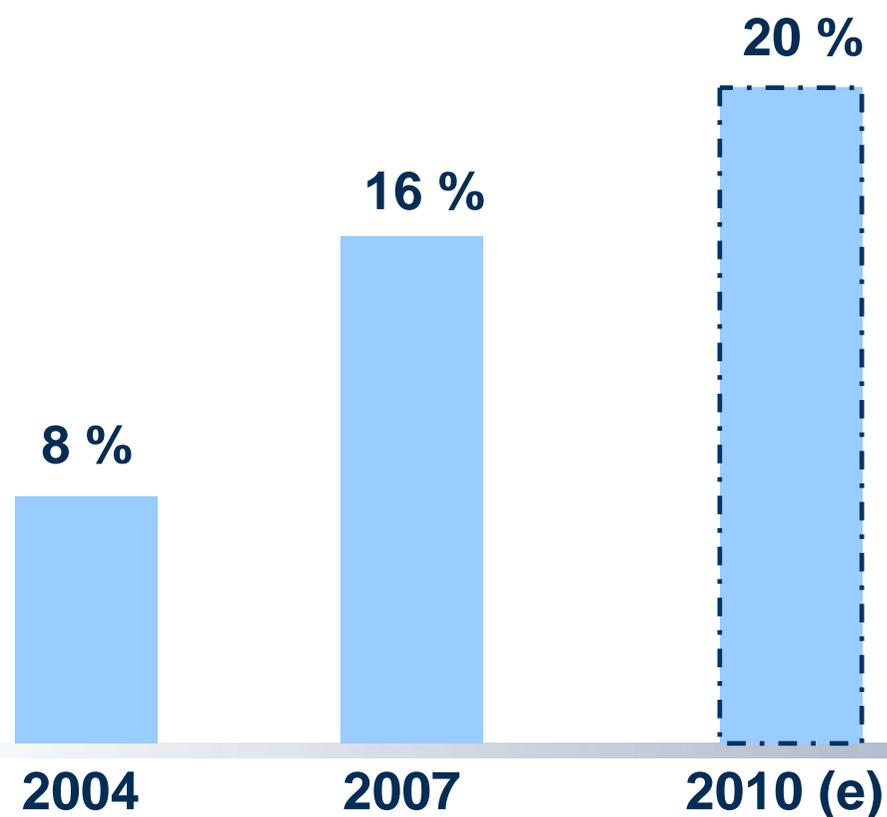
Corée du Sud	+30 %	✓
Chine	+22 %	N°1
Indonésie	+20 %	
Inde	+13 %	✓
Hong Kong	+12 %	N°1
Singapour	+10 %	✓
Malaisie	+10 %	✓

Proche Orient / Moyen Orient / Afrique / Asie centrale

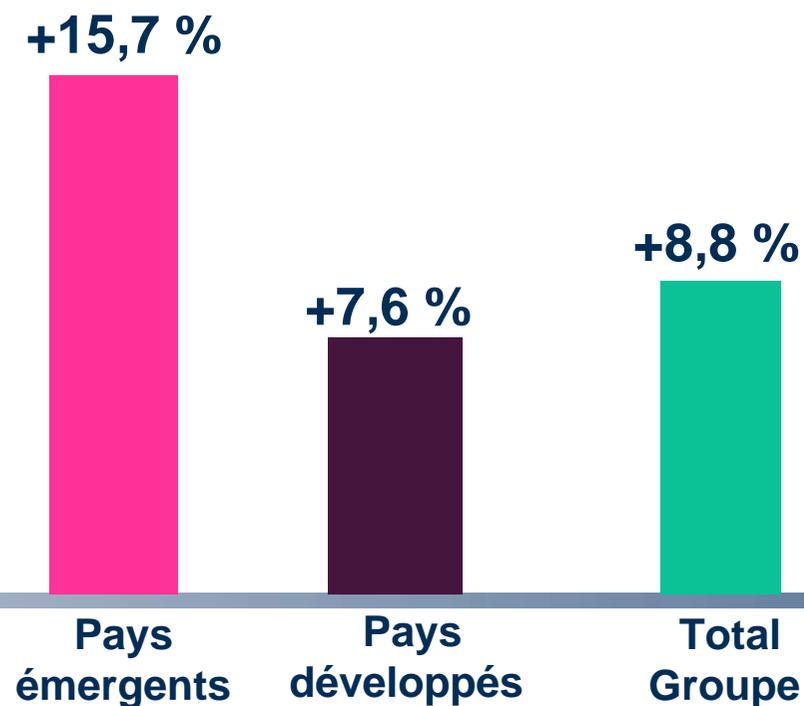
Kazakhstan	+76 %	✓
Ouzbékistan	+30 %	✓
Émirats Arabes Unis	+20 %	} Marchés en cours de prospection
Oman	+20 %	
Egypte	+20 %	
Israël	+13 %	
Koweït	+10 %	
Arabie Saoudite	+10 %	
Afrique du Sud	+10 %	

FORTE PROGRESSION DES PAYS ÉMERGENTS

**Part des pays émergents*
(% du chiffre d'affaires Groupe)**



**Croissance interne du
chiffre d'affaires - 2007**



*Inclut l'Europe de l'Est (sauf l'Autriche), les Pays Baltes, l'Amérique Latine, l'Asie (Chine, Thaïlande, Corée du Sud, Japon, Malaisie, Inde & Singapour), l'Afrique, le Moyen-Orient et l'Asie Centrale.

- **Impact sur les médias en Chine**

- Un événement télévisuel majeur
- La communication extérieure bénéficiera des JO, principalement à Pékin
(contrats JCDecaux à Pékin : métro & partie du nouveau terminal de l'aéroport)

- **Politique publicitaire durant la période des JO**

- Les supports de communication extérieure ne peuvent être vendus qu'aux sponsors
- Marketing par embuscade interdit
- Prix nets de 2000 réhaussés de l'inflation annuelle (de mi-juillet à mi-septembre)

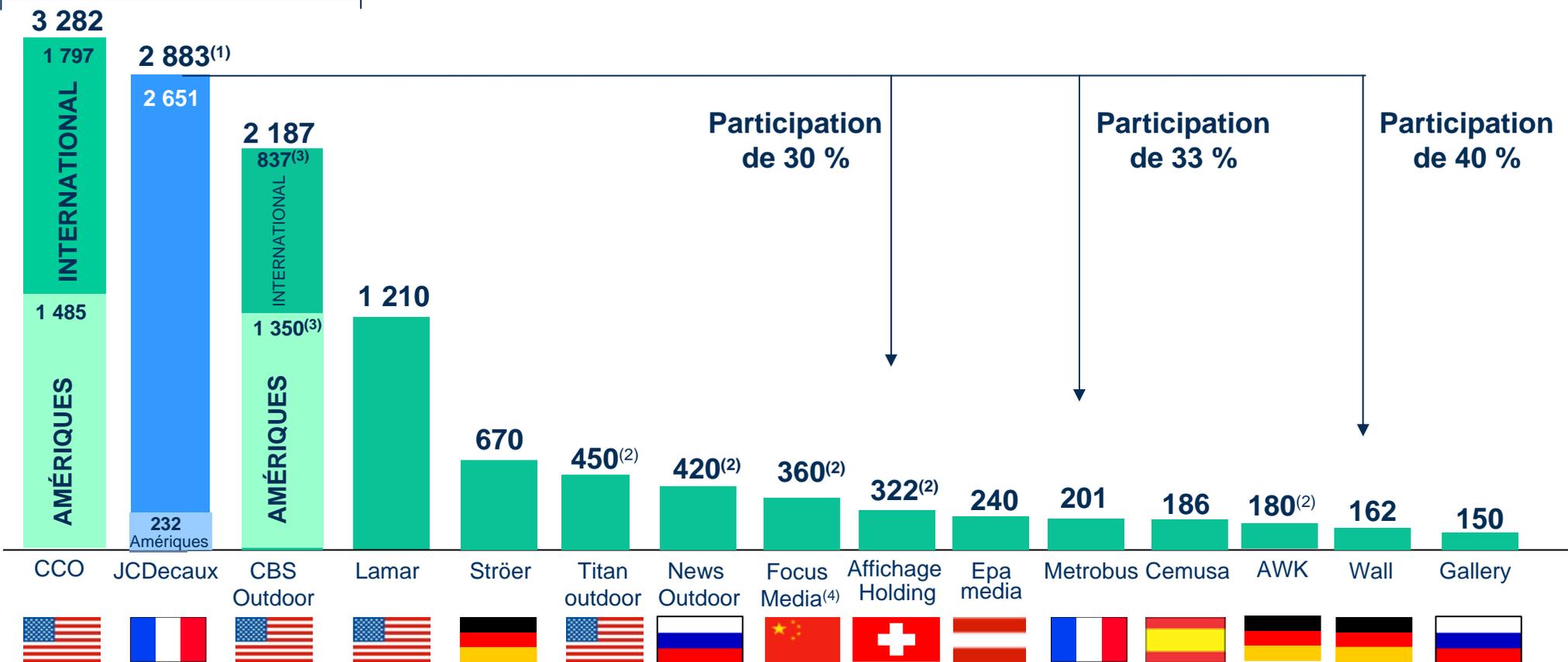


JCDecaux bénéficie de la période pré-Jeux Olympiques :

- Réservations réalisées à ce stade pour 2008 : **+36 %** par rapport à 2007
- Augmentation des tarifs pré-JO (métro de Pékin) : **+30 %**

Plus de 30 % du marché de la communication extérieure

(Chiffre d'affaires 2007 en communication extérieure, en millions \$)



Sources : Communiqués de presse des sociétés, estimations JCDecaux. Les conversions monétaires sont basées sur un taux de change moyen trimestriel \$/€ de 0,7306 et sur un taux de change annuel moyen \$/£ de 0,4993 et \$/CHF de 1,1986 en 2007

(1) Ce montant ne comprend pas les chiffres d'affaires d’Affichage Holding, de Wall et de Metrobus, sociétés que JCDecaux consolide par mise en équivalence

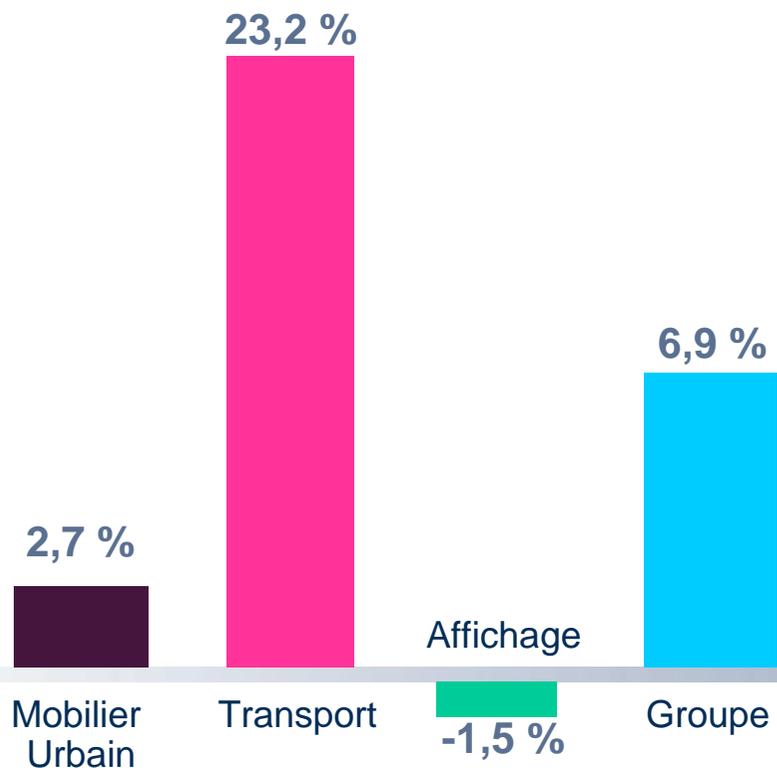
(2) Estimation JCDecaux du chiffre d'affaires 2007

(3) Estimation JCDecaux du chiffre d'affaires international de CBS Outdoor

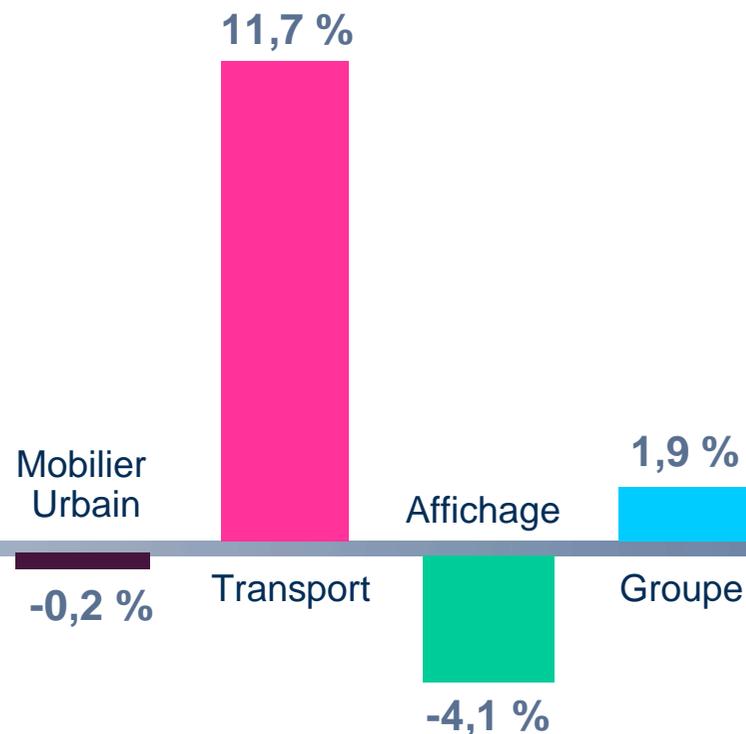
(4) Chiffre d'affaires Communication extérieure 2007

CHIFFRE D'AFFAIRES T1 2008 PAR ACTIVITÉ

Croissance interne (%)



Croissance publiée (%)



Note : Croissance interne = hors acquisitions/cessions et à taux de change constants

CHIFFRE D'AFFAIRES

1^{er} trimestre 2008 :
Croissance interne de 6,9 %

Année 2008 :

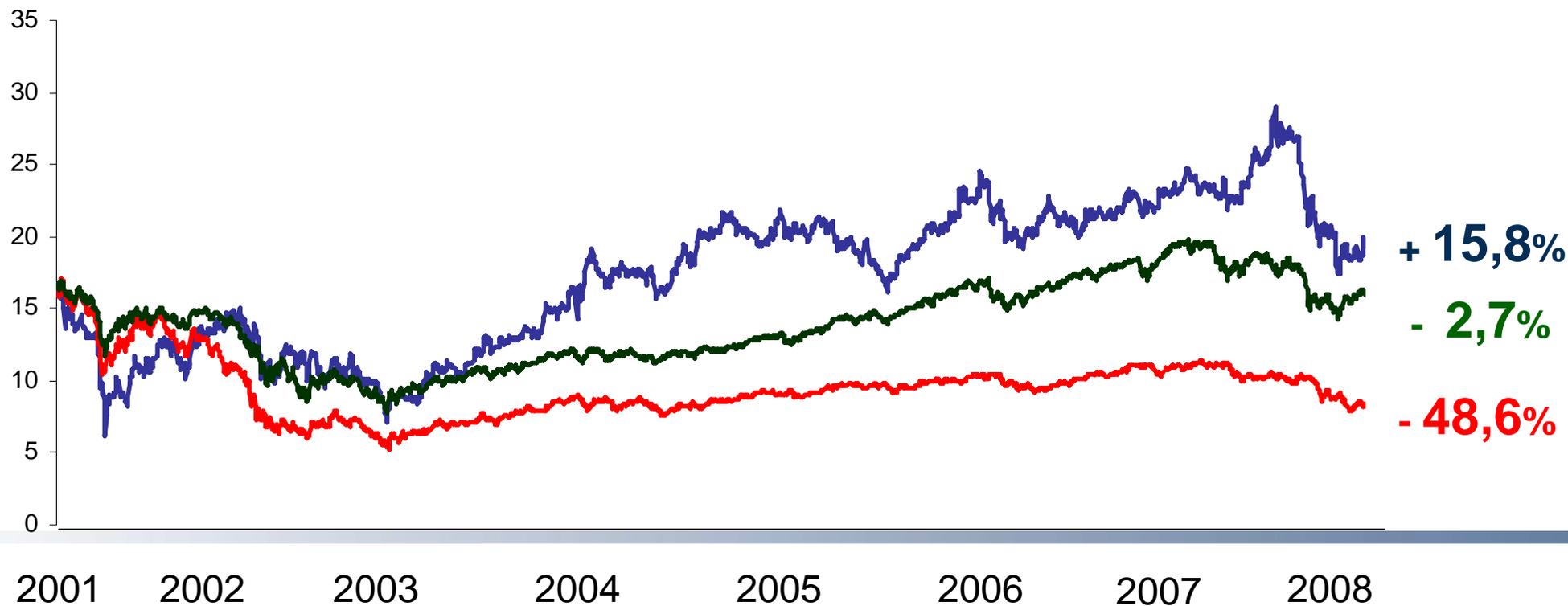
En raison d'une légère amélioration des conditions de marché observée en France et au Royaume-Uni à partir du deuxième trimestre, nous anticipons désormais une croissance interne du chiffre d'affaires comprise entre 6 et 7 % pour 2008, légèrement supérieure à nos précédentes prévisions. La croissance 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.

Jean-François Decaux

Président du Directoire et Codirecteur général

ÉVOLUTION DU TITRE DEPUIS L'INTRODUCTION EN BOURSE

— JCDecaux — CAC 40 — DJ Euro Stoxx Media



JCDecaux

les vitrines du monde

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE 14 mai 2008



21 millions d'utilisations Vélib' depuis le 15 juillet 2007

Paris, France



RÉSOLUTIONS

Patrick Gourdeau

Directeur Juridique

BOÎTIER ÉLECTRONIQUE

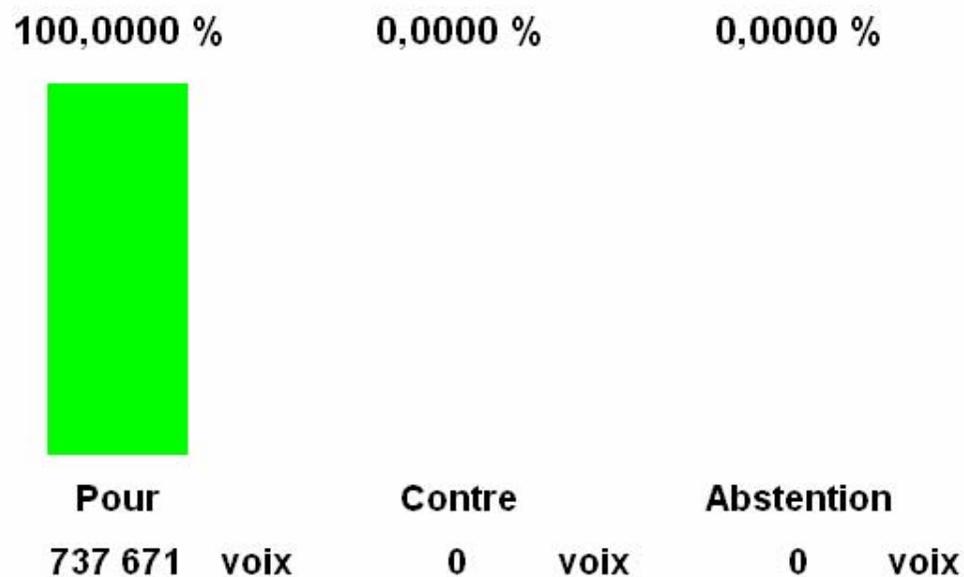
- Le GIS-Scan est un système de vote par lecture optique de code barre.
- Il est relié au système informatique central de décompte de votes en Assemblée.



Résolution 1 (AGO)

Approbation des comptes sociaux 2007

Résolution 1 (AGO)

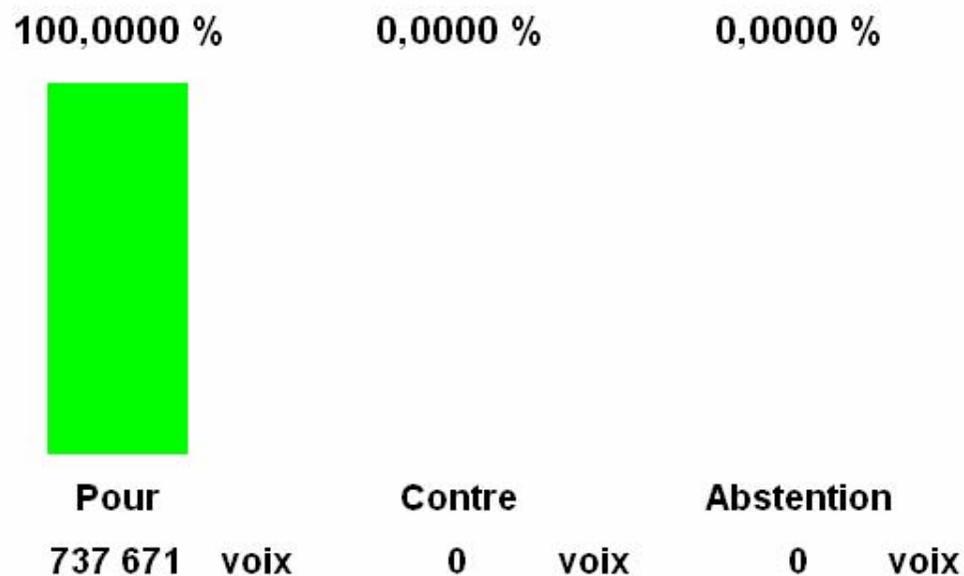


La Résolution est adoptée

Résolution 2 (AGO)

Approbation des comptes consolidés 2007

Résolution 2 (AGO)

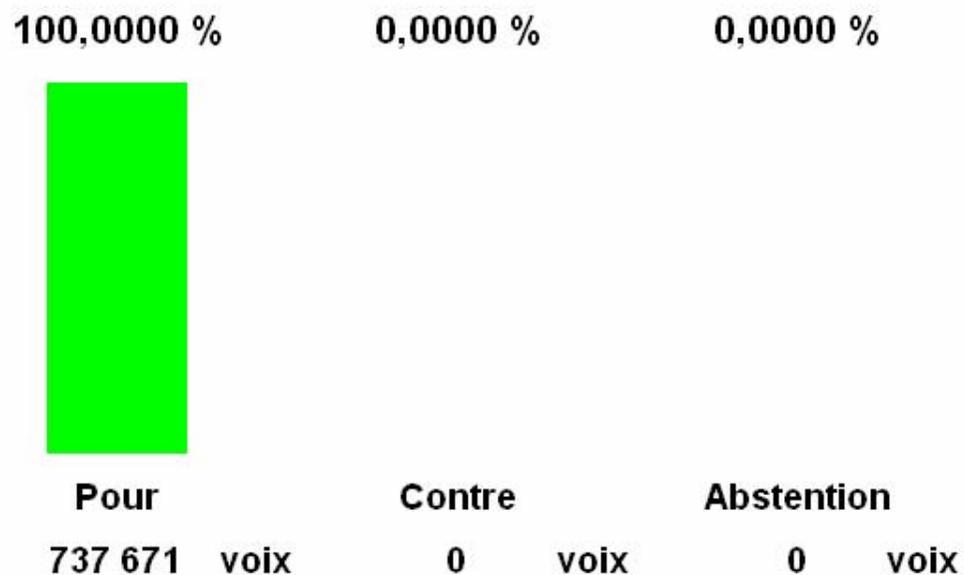


La Résolution est adoptée

Résolution 3 (AGO)

Affectation du résultats

Résolution 3 (AGO)

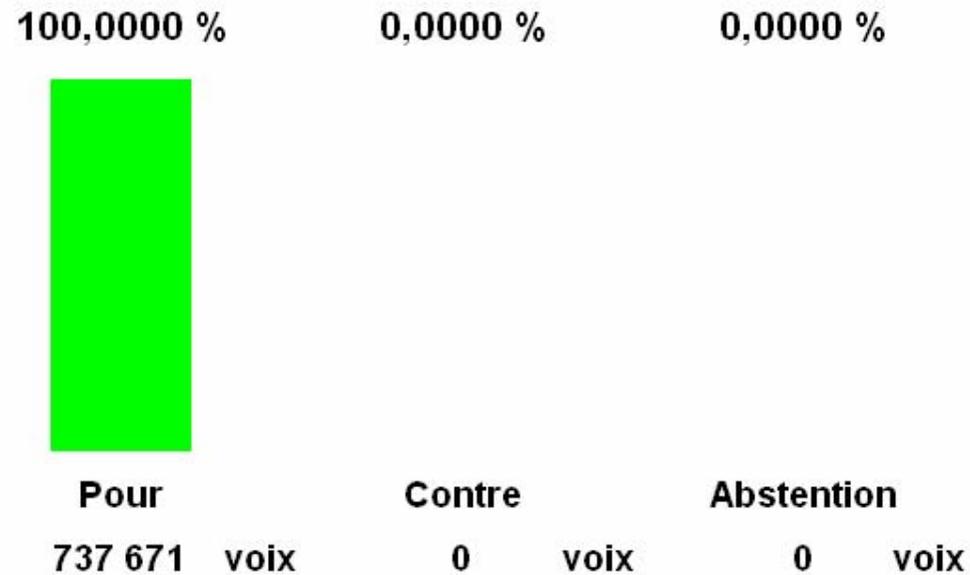


La Résolution est adoptée

Résolution 4 (AGO)

Dépenses et charges visées à l'article 39-4
du Code Général des impôts

Résolution 4 (AGO)

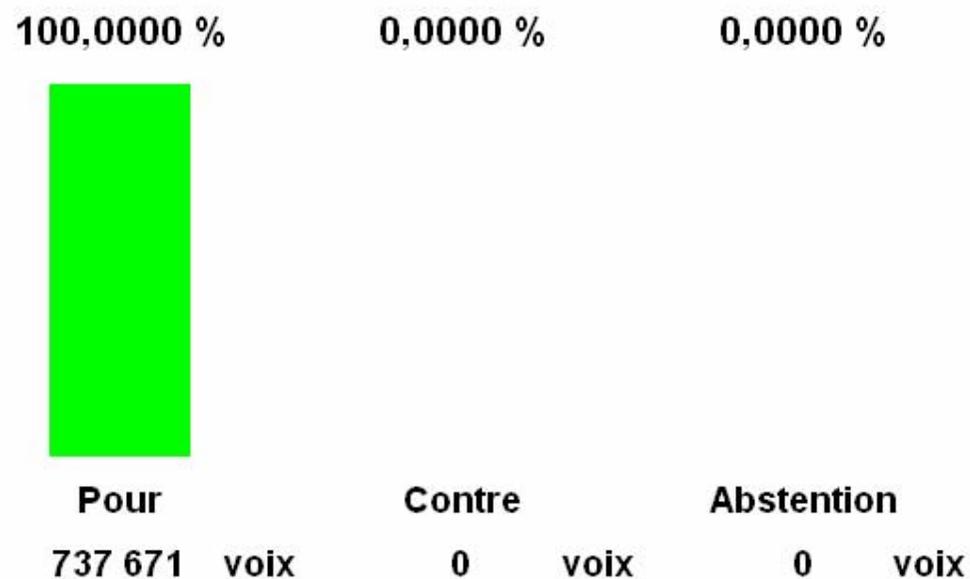


La Résolution est adoptée

Résolution 5 (AGO)

Convention réglementée

Résolution 5 (AGO)



La Résolution est adoptée

Résolution 6 (AGO)

Autorisation à donner au Directoire à l'effet
d'opérer sur les actions de la Société

Résolution 6 (AGO)

29,0780 %

70,9220 %

0,0000 %

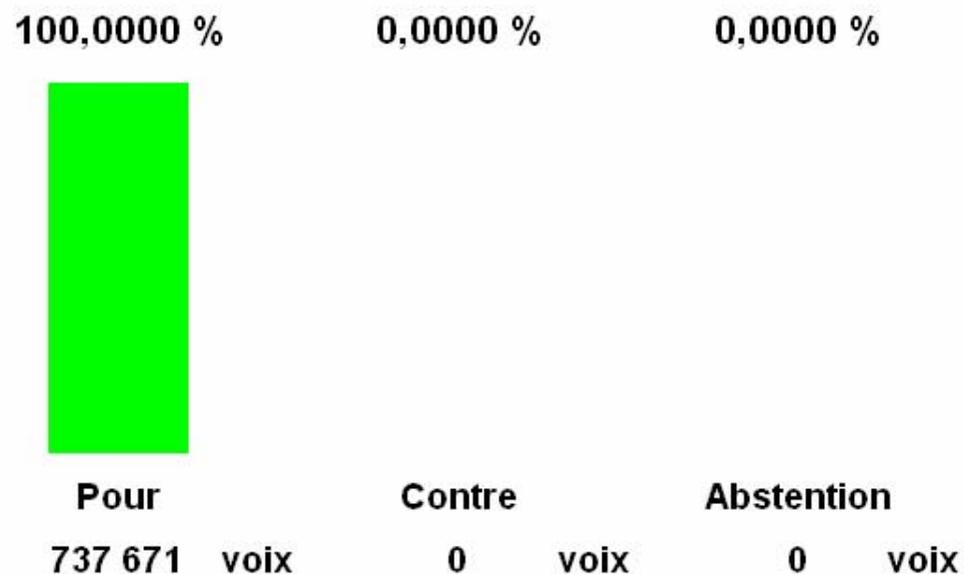


La Résolution est rejetée

Résolution 7 (AGO)

Augmentation du montant
des jetons de présence

Résolution 7 (AGO)

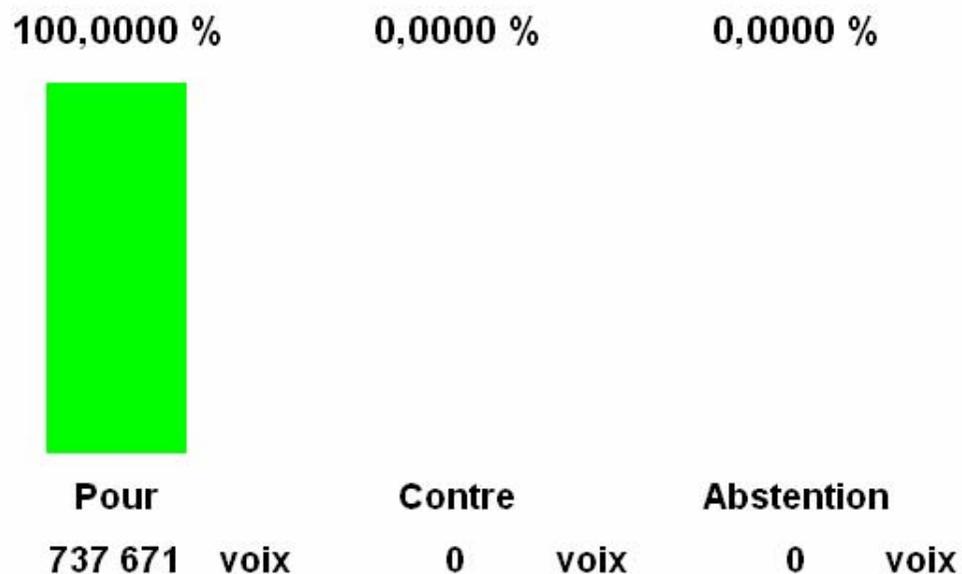


La Résolution est adoptée

Résolution 8 (AGE)

Délégation à donner au Directoire à l'effet de réduire le capital social par annulation des actions auto-détenues

Résolution 8 (AGE)

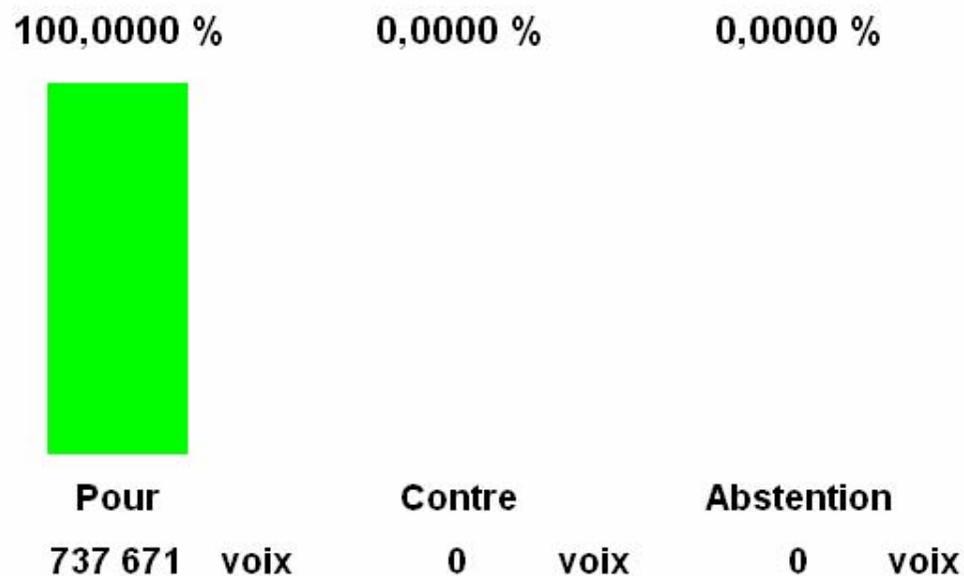


La Résolution est adoptée

Résolution 9 (AGE)

Pouvoirs pour les formalités

Résolution 9 (AGE)



La Résolution est adoptée

JCDecaux

les vitrines du monde

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

14 mai 2008



21 millions d'utilisations Vélib' depuis le 15 juillet 2007

Paris, France

