

Fatturato del primo trimestre 2024

Communication Extérieure

Afrique du Sud
Allemagne
Angola
Arabie Saoudite
Australie
Autriche
Azerbaïdjan
Bahrain
Belgique
Botswana
Brésil
Bulgarie
Cameroon
Canada
Chili
Chine
Colombie
Corée du Sud
Costa Rica
Côte d'Ivoire
Croatie
Danemark
Emirats Arabes Unis
Equateur
Espagne
Estonie
Eswatini
Etats-Unis
Finlande
France
Gabon
Guatemala
Honduras
Hongrie
Inde
Irlande
Israël
Italie
Japon
Kazakhstan
Koweït
Lesotho
Lettonie
Lituanie
Luxembourg
Malawi
Maurice
Mexique
Mongolie
Mozambique
Myanmar
Namibie
Nicaragua
Nigéria
Norvège
Nouvelle-Zélande
Oman
Ouzbékistan
Panama
Paraguay
Pays-Bas
Pérou
Pologne
Portugal
Qatar
République Dominicaine
République Tchèque
Royaume-Uni
Salvador
Singapour
Slovaquie
Slovénie
Suède
Suisse
Tanzanie
Thaïlande
Ukraine
Uruguay
Zambie
Zimbabwe

- **Il fatturato rideterminato per il 1° trimestre 2024 è aumentato del +11,1% a 801,6 milioni di euro**
- **Il fatturato organico rideterminato per il 1° trimestre 2024 è aumentato del +11,0%**
- **La crescita organica del fatturato rideterminato per il secondo trimestre 2024 prevista a circa +12,0%**

Parigi, 2 maggio 2024 - JCDecaux SE (Euronext Parigi: DEC), numero uno al mondo della comunicazione esterna, ha annunciato oggi il suo fatturato per il primo trimestre del 2024.

Commentando la pubblicazione del fatturato del primo trimestre 2024, **Jean-Charles Decaux, Co-Direttore Generale di JCDecaux**, ha dichiarato:

"Il fatturato del Gruppo per il 1° trimestre 2024 è aumentato del +11,1%, +11,0% a livello organico, al di sopra delle nostre aspettative, raggiungendo gli 801,6 milioni di euro, grazie alla continua e forte crescita del fatturato digitale in tutti i nostri segmenti di attività."

Il fatturato digitale (DOOH) è aumentato del +28,0%, +27,9% su base organica, raggiungendo così il 35,9% del fatturato del Gruppo, compresa la continua e forte crescita del fatturato programmatico guidato dall'aumento di potere di questo nuovo modo di commercializzare i nostri media, in particolare attraverso la piattaforma SSP (Supply Side Platform) VIOOH e la piattaforma DSP (Demand Side Platform) Displayce.

Tutte le attività hanno registrato una forte crescita del fatturato organico. L'arredo urbano ha registrato una crescita del +9,2%, con uno slancio costante. I trasporti sono cresciuti del +15,1%, grazie alla solida ripresa dell'attività negli aeroporti e sulle reti di trasporto pubblico in tutte le aree geografiche ad eccezione della Cina. L'affissione è cresciuta del +7,0%, trainata dai mercati più digitalizzati.

Tutte le aree geografiche hanno registrato una crescita organica positiva nel primo trimestre, compresa una crescita del fatturato a due cifre nel Regno Unito, in Asia-Pacifico e nel Resto del Mondo. La graduale ripresa delle nostre attività in Cina, che rimane ben al di sotto dei livelli pre-Covid, continua questo trimestre con una crescita organica a una cifra.

Per il secondo trimestre, prevediamo una crescita organica del fatturato del +12,0% circa, trainata da una continua e forte crescita del fatturato digitale in tutti i nostri segmenti di business, compreso l'impatto positivo delle Olimpiadi di Parigi e del Campionato europeo di calcio in Germania.

Siamo convinti che la comunicazione esterna continuerà a guadagnare quote di mercato in un panorama pubblicitario frammentato in cui il DOOH (Digital Out of Home) è il mezzo in più rapida crescita. In qualità di numero uno del settore e di società di comunicazione esterna più digitalizzata al mondo, riteniamo di essere nella posizione ideale per sfruttare al meglio questa trasformazione digitale."

A seguito dell'applicazione dell'IFRS 11 dal 1° gennaio 2014, i dati operativi presentati di seguito sono stati rideterminati per tenere conto dell'impatto *proporzionale* delle società a controllo congiunto. Per una definizione dei dati rideterminati e una riconciliazione con i dati IFRS, si rimanda alla sezione "Dati rideterminati" del presente comunicato stampa.

I valori riportati nelle tabelle sono generalmente espressi in milioni di euro. La somma degli importi arrotondati o delle variazioni calcolate potrebbe non corrispondere ai valori indicati.

Il fatturato rideterminato del primo trimestre del 2024 è aumentato dell'11,1% a 801,6 milioni di euro, rispetto ai 721,3 milioni di euro del primo trimestre del 2023.

Escludendo l'impatto negativo dei tassi di cambio e l'effetto positivo delle variazioni dell'area di consolidamento, il fatturato rideterminato è aumentato del +11,0%.

I ricavi pubblicitari organici rideterminati, escludendo la vendita, il noleggio e la manutenzione di arredi urbani e impianti pubblicitari, sono aumentati del +12,0% nel primo trimestre del 2024.

Per attività :

Fatturato rideterminato per il 1° trimestre	2024 (m€)	2023 (m€)	Crescita dichiarata	Crescita organica ^(a)
Arredo urbano	400,8	364,3	+10,0%	+9,2%
Trasporti	288,2	254,0	+13,5%	+15,1%
Affissioni	112,6	103,0	+9,4%	+7,0%
Totale	801,6	721,3	+11,1%	+11,0%

a. A perimetro e tasso di cambio costanti

Si noti che i commenti di seguito riportati relativi alle aree geografiche riguardano la crescita del fatturato organico.

ARREDO URBANO

Nel primo trimestre, il fatturato rideterminato è aumentato del +10,0% a 400,8 milioni di euro (+9,2% su base organica). Regno Unito, Asia-Pacifico e Resto del Mondo hanno registrato una crescita a due cifre. La Francia ha registrato una crescita media a una cifra, mentre il Resto d'Europa ha registrato una crescita alta a una cifra.

Il fatturato pubblicitario rideterminato del primo trimestre, esclusi i ricavi da contratti di vendita, noleggio e manutenzione di arredi urbani, è aumentato del +9,8% su base organica.

TRASPORTI

Il fatturato rideterminato del primo trimestre è in aumento del +13,5% a 288,2 milioni di euro (+15,1% su base organica), grazie alla solida ripresa dell'attività degli aeroporti come della rete di trasporto pubblico in tutte le aree geografiche eccetto la Cina.

La maggior parte delle aree geografiche ha registrato una crescita a due cifre. Il Trasporto ha continuato a risentire in modo significativo dei livelli di attività in Cina, più bassi rispetto al periodo pre-Covid.

AFFISSIONI

Il fatturato rideterminato del primo trimestre è aumentato del +9,4% a 112,6 milioni di euro (+7,0% su base organica), trainato dai mercati più digitalizzati, mentre la Francia ha registrato un calo a causa della continua razionalizzazione delle nostre attività in linea con le normative.

Il Regno Unito e il Resto del Mondo hanno guidato la crescita, con aumenti a due cifre.

DATI RIDETERMINATI

L'IFRS 11, applicabile dal 1° gennaio 2014, prevede che le società a controllo congiunto siano contabilizzate con il metodo del patrimonio netto.

Tuttavia, al fine di riflettere la realtà operativa del Gruppo, i dati operativi delle società a controllo congiunto continueranno a essere integrati in modo proporzionale nel reporting gestionale operativo del Gruppo, utilizzato dal management per monitorare l'attività, allocare le risorse e misurare le prestazioni.

Di conseguenza, in conformità all'IFRS 8, l'informativa di settore inclusa nel bilancio è in linea con queste informazioni interne e la comunicazione finanziaria esterna del Gruppo si basa quindi su queste informazioni finanziarie operative. Le informazioni finanziarie e i commenti si basano quindi su dati rettificati, comparabili ai dati storici precedenti al 2014, che sono sistematicamente riconciliati con i bilanci IFRS.

Nel primo trimestre del 2024, l'IFRS 11 avrà un impatto negativo per -61,2 milioni di euro sul fatturato netto rideterminato (-49,5 milioni di euro nel primo trimestre del 2023), riducendo il fatturato IFRS a 740,4 milioni di euro (671,8 milioni di euro nel primo trimestre del 2023).

DEFINIZIONE DELLA CRESCITA ORGANICA

La crescita organica del Gruppo corrisponde alla crescita del fatturato rideterminato escludendo l'impatto dei tassi di cambio e delle variazioni dell'area di consolidamento. L'anno di riferimento è invariato rispetto ai dati pubblicati e la crescita organica è calcolata applicando i tassi di cambio medi dell'anno precedente al fatturato dell'anno in corso e tenendo conto delle variazioni dell'area di consolidamento su base *prorata temporis*, ma includendo le variazioni del fatturato derivante dall'acquisizione di nuovi contratti e dalla perdita di contratti precedentemente in portafoglio.

m€		T1
Fatturato rideterminato 2023	(a)	721,3
Fatturato IFRS 2024 Effetti IFRS 11	(b) (c)	740,4 61,2
Fatturato rideterminato 2024 Effetti di cambio	(d) = (b) + (c) (e)	801,6 7,1
Fatturato rideterminato 2024 al tasso di cambio 2023 Variazione di perimetro	(f) = (d) + (e) (g)	808,7 -8,4
Fatturato organico rideterminato 2024	(h) = (f) + (g)	800,3
Crescita organica	(i) = (h) / (a) - 1	+11,0%

m€	Effetto del tasso di cambio al 31 marzo 2024
RMB	3,1
AUD	3,0
GBP	-2,6
BRL	-0,9
Altro	4,5
Totale	7,1

Tasso medio di cambio	T1 2024	T1 2023
RMB	0,1281	0,1305
AUD	0,6057	0,6140
GBP	1,1676	1,1497
BRL	0,1860	0,1851

Prossime informative:

Assemblea generale degli azionisti: 7 maggio 2024

Risultati del 1° semestre 2024: 25 luglio 2024 (dopo apertura dei mercati)

Cifre chiave di JCDecaux

- *Fatturato 2023: 3.570,0 milioni di euro^(a)*
- *N°1 al mondo della comunicazione esterna*
- *Un pubblico giornaliero di oltre 850 milioni di persone in oltre 80 paesi*
- *1.056.833 facce pubblicitarie al mondo*
- *Una presenza in 3.918 città con oltre 10.000 abitanti*
- *11.650 collaboratori*
- *JCDecaux è quotata sull'Eurolist di Euronext Paris e fa parte degli indici Euronext 100 e Euronext Family Business*
- *JCDecaux è un punto di riferimento in materia di performance extra finanziaria nelle classifiche FTSE4Good (3,4/5), CDP (Lista A), MSCI (AAA), Sustainalytics (13,7) e classificata Oro da EcoVadis*
- *1ª impresa della Comunicazione esterna a far parte dell'iniziativa RE100*
- *Leader nel bike sharing: pioniere della mobilità sostenibile*
- *N°1 mondiale dell'arredo urbano (630.196 facce pubblicitarie)*
- *N°1 mondiale della pubblicità nei trasporti con 153 aeroporti e 258 contratti di trasporto nelle metropolitane, bus, treni e tram (319.081 facce pubblicitarie)*
- *N°1 europeo nell'affissione di grande formato (85.743 facce pubblicitarie)*
- *N°1 della comunicazione esterna in Europa (708.620 facce pubblicitarie)*
- *N°1 della comunicazione esterna in Asia-Pacifico (165.292 facce pubblicitarie)*
- *N°1 della comunicazione esterna in America Latina (91.682 facce pubblicitarie)*
- *N°1 della comunicazione esterna in Africa (25.337 facce pubblicitarie)*
- *N°1 della comunicazione esterna in Medio Oriente (21.300 facce pubblicitarie)*

(a) Fatturato annuo rideterminato

Per ulteriori informazioni: jcdecaux.com.

Ritrovateci su [Twitter](#), [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#) e [YouTube](#)

Dichiarazioni di natura preventiva

Il presente comunicato può contenere alcune dichiarazioni di natura preventiva. Tali dichiarazioni non costituiscono garanzia della prestazione futura della Società. Sebbene la Società ritenga che tali dichiarazioni siano basate su assunzioni ragionevoli alla data del presente comunicato stampa, esse sono per loro natura soggette a rischi e incertezze, che possono comportare risultati effettivi sostanzialmente diversi da quelli espressi o impliciti in tali dichiarazioni.

Tali rischi e incertezze comprendono in particolare i rischi descritti nel documento di riferimento depositato dalla Società presso l'Autorité des Marchés Financiers.

Gli investitori e i detentori di valori mobiliari della Società possono richiedere copia del presente documento di riferimento presso l'Autorité des Marchés Financiers sul sito web www.amffrance.org o direttamente presso la Società sul sito www.jcdecaux.com.

La Società non è obbligata e non si impegna ad aggiornare o rivedere le dichiarazioni di natura preventiva.

Direzione della comunicazione: Albert Asséraf
+33 (0) 1 30 79 79 10 – albert.asseraf@jcdecaux.com

Relazioni investitori: Rémi Grisard
+33 (0) 1 30 79 79 93 – remi.grisard@jcdecaux.com