

****

**Risultati del 1° semestre 2023**

* + - **Fatturato rideterminato in crescita del +7,5% a 1.585,0 milioni di euro**
    - **Fatturato organico rideterminato in crescita del +7,8%, con il secondo trimestre che ha superato le nostre aspettative con un +10,3%**
    - **Margine operativo rideterminato di 203,1 milioni di euro, in aumento del +10,7%**
    - **Risultato di gestione rideterminato, prima delle svalutazioni, di 12,5 milioni di euro, con un incremento del +170,0%**
    - **Risultato netto di pertinenza del Gruppo di 37,8 milioni di euro, in aumento del +422,4%**
    - **Capacità di autofinanziamento rideterminata pari a 114,3 milioni di euro, in aumento del +41.6%**
    - **Cash-flow disponibile rideterminato di -179,7 milioni di euro, in calo di -136,6 milioni di euro a causa di specifici elementi che si ripercuotono sulla variazione del fabbisogno di capitale circolante**
    - **Rating ESG di ottima qualità**
    - **Crescita organica del fatturato rideterminato del terzo trimestre del 2023 attesa a circa +7%**

**Parigi, 28 luglio 2023 - JCDecaux SE** (Euronext Paris: DEC), numero uno al mondo della comunicazione esterna, ha annunciato i risultati del primo semestre 2023.

Con l’occasione della pubblicazione dei risultati del primo semestre 2023, **Jean-Charles Decaux, Co-Direttore Generale di JCDecaux**, ha dichiarato:

*"Il fatturato del Gruppo nel primo semestre del 2023 è cresciuto del +7,5%, +7,8% a livello organico, a 1.585,0 milioni di euro, di cui +10,3% a livello organico nel secondo trimestre, al di sopra delle nostre aspettative, grazie al solido slancio del fatturato nella maggior parte delle aree geografiche e con una graduale ripresa in Cina. Questa performance è stata trainata dalla forte crescita delle attività digitali, dalla continua ripresa delle attività di trasporto e dalla continua crescita del fatturato dell'arredo urbano, che sono state superiori ai livelli pre-Covid nel primo semestre.*

*Il fatturato digitale (DOOH) ha registrato un forte aumento, raggiungendo il +17,1% nel primo semestre del 2023 e il +18,0% su base organica, per arrivare al 32,7% del fatturato del Gruppo rispetto al 30,0% del primo semestre del 2022. Abbiamo proseguito l'implementazione selettiva di schermi digitali in location premium, oltre a sviluppare i nostri servizi di dati. Il fatturato pubblicitario programmatico attraverso la piattaforma VIOOH SSP (Supply Side Platform), che è principalmente una fonte di ricavi incrementali derivanti da campagne dinamiche innovative guidate dai dati e da nuovi inserzionisti, è cresciuto del 63,3% nel primo semestre del 2023, raggiungendo i 36,9 milioni di euro e rappresentando il 7,1% del nostro fatturato digitale nellprimo semestre del 2023, in quanto l'ecosistema programmatico DOOH, che include Displayce dall'annuncio della nostra alleanza strategica nel luglio 2022, ha continuato a guadagnare slancio.*

*Per attività, l'Arredo Urbano ha registrato una crescita organica del +3,8% nel primo semestre 2023, superando complessivamente i livelli del primo semestre 2019; l'Affissione ha registrato un calo organico del -0,5% nel primo semestre 2023, ma ha superato i livelli del 2019 in Asia-Pacifico e in Nord America; il Trasporto è cresciuto del +19,0%, riflettendo la solida ripresa del traffico aereo, che ha già raggiunto oltre il 90% del livello globale pre-Covid. Tuttavia, il fatturato del Trasporto è rimasto ben al di sotto dei livelli del 2019, a causa della persistente debolezza del traffico aereo internazionale in Asia, in particolare in Cina, che risente anche del mancato rinnovo dei contratti per la metropolitana e l'aeroporto di Guangzhou.*

*Tutte le regioni geografiche hanno registrato una crescita positiva nel primo semestre del 2023, compresa l'Asia-Pacifico e il Resto del Mondo con una crescita a due cifre grazie alla sostenuta ripresa della mobilità in queste due regioni. Francia, Resto d'Europa e Resto del Mondo hanno realizzato un fatturato vicino a quello del 2019, mentre l'Asia è rimasta significativamente al di sotto, soprattutto a causa della Cina.*

*Il margine operativo rideterminato è salito di 19,6 milioni di euro a 203,1 milioni di euro, con un incremento del +10,7% rispetto al primo semestre 2022. Questa leva operativa positiva, nonostante la pressione inflazionistica sui costi, è stata trainata dalla nostra attività di arredo urbano, che ha beneficiato di una piena ripresa del fatturato e della rinegoziazione dei contratti, mentre i trasporti e la nostra attività di affissione analogica risentono ancora di un ritmo di ripresa più lento, in particolare in Cina. Altri indicatori di performance del rendiconto finanziario sono migliorati di conseguenza, beneficiando degli effetti di alcune rinegoziazioni contrattuali. Il nostro cash flow disponibile è stato influenzato dal pagamento di arretrati di affitti e di canoni legati alla finalizzazione di alcune rinegoziazioni relative a contratti, mentre abbiamo generato un cash flow positivo di 114,3 milioni di euro, con un aumento di 33,6 milioni di euro o del +41,6% rispetto al primo semestre del 2022.*

*La nostra strategia di crescita continua a essere guidata per i guadagni di contratti organici, come la più grande concessione pubblicitaria OOH e DOOH della Norvegia, e da acquisizioni mirate, tra cui le attività di Clear Channel in Italia e Spagna nel secondo trimestre.*

*Abbiamo riaffermato l'eccellenza delle nostre pratiche di sviluppo sostenibile, riconosciute come best in class dalle agenzie di rating extra-finanziario, con il lancio a giugno della nostra nuova strategia climatica "committed SBTi", che mira a ridurre ulteriormente la nostra impronta di carbonio in tutta la nostra catena del valore. Questa strategia si basa su tre principi: misurare, ridurre e contribuire. Mira a raggiungere l'obiettivo Net Zero Carbon entro il 2050 (ambiti 1, 2 e 3) e integra la nostra ambiziosa strategia ESG 2030.*

*Per il terzo trimestre, prevediamo ora una crescita organica del fatturato di circa il   
+7% con la Cina al di sotto della media del Gruppo, a causa di una lenta ripresa del traffico internazionale e dell'impatto del mancato rinnovo dei contratti di Guangzhou.*

*In qualità di azienda pubblicitaria esterna più digitalizzata al mondo, con una nuova piattaforma di vendita dell'audience alimentata da dati di qualità, il nostro portafoglio ben diversificato, la nostra capacità di acquisire nuovi affari, la nostra solida struttura finanziaria, la qualità dei nostri team in tutto il mondo e la reputazione di eccellenza nella ESG, riteniamo di essere in una posizione ottimale per beneficiare della ripresa. Siamo più che mai convinti del potere dei nostri media in un panorama pubblicitario sempre più frammentato e digitale, e del ruolo importante che continueranno a svolgere nella crescita economica e nella trasformazione positiva della nostra società”.*

A seguito dell'applicazione dell'IFRS 11 dal 1° gennaio 2014 e dell'IFRS 16 dal 1° gennaio 2019 e in conformità alle raccomandazioni dell'AMF, i dati operativi presentati di seguito sono stati adeguati:

* per tenere conto dell'impatto proporzionale delle società a controllo congiunto, con riferimento all'IFRS 11,
* per escludere l'impatto dell'IFRS 16 sui nostri leasing del “core business” (leasing di siti per strutture pubblicitarie, esclusi i leasing di immobili e veicoli).

Per una definizione dei dati rettificati e una riconciliazione con i dati IFRS, si rimanda alla sezione "Dati rideterminati" a pagina 6 del presente comunicato stampa.

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

**FATTURATO RIDETERMINATO**

Il fatturato rideterminato del primo semestre di 2023 è aumentato del +7,5%, passando a 1.585,0 milioni di euro, rispetto ai 1.474,8 milioni di euro del primo semestre del 2022. Su base organica (ossia escludendo l'impatto negativo di 20,3 milioni di euro dovuto alle fluttuazioni dei tassi di cambio e l'impatto positivo di 15 milioni di euro dovuto alle variazioni di perimetro del semestre), il fatturato netto rideterminato è aumentato del +7,8%. La crescita del fatturato pubblicitario rideterminato, escludendo la vendita, il noleggio e la manutenzione di arredi urbani e impianti pubblicitari, è aumentato del +7,4% su base organica nel primo semestre del 2023.

Nel secondo trimestre, il fatturato rideterminato è aumentato del +9,1% a 863,7 milioni di euro, con una crescita organica del +10,3% rispetto al secondo trimestre del 2022.

Il fatturato pubblicitario rideterminato, escludendo la vendita, il noleggio e la manutenzione di arredi urbani e impianti pubblicitari, è aumentato del +10,1% su base organica nel secondo trimestre del 2023.

**Fatturato rideterminato**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **m€** | **S1 2023** | | | **S1 2022** | | | **Variazione 23/22** | | |
| **T1** | **T2** | **S1** | **T1** | **T2** | **S1** | **T1** | **T2** | **S1** |
| Arredo urbano | 364,3 | 458,3 | **822,6** | 347,5 | 441,8 | **789,4** | 4,8 % | 3,7 % | **+4,2%** |
| Trasporto | 254,0 | 282,7 | **536,7** | 234,9 | 224,2 | **459,0** | 8,1 % | 26,1 % | **+16,9%** |
| Affissione | 103,0 | 122,7 | **225,7** | 100,6 | 125,8 | **226,4** | 2,4 % | -2,5 % | **-0,3%** |
| **Totale** | **721,3** | **863,7** | **1.585,0** | **683,0** | **791,8** | **1.474,8** | **5,6 %** | **9,1 %** | **+7,5%** |

**Crescita organica del fatturato rideterminato (a)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Variazione 23/22** | | |
| **T1** | **T2** | **S1** |
| Arredo urbano | +4,1% | +3,5% | **+3,8%** |
| Trasporto | +7,9% | +30,5% | **+19,0%** |
| Affissione | +1,0% | -1,7% | **-0,5%** |
| **Totale** | **+5,0%** | **+10,3%** | **+7,8%** |

*(a) A parità di area di consolidamento e di tassi di cambio*

**Fatturato rideterminato per area geografica**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **m€** | **S1 2023** | **S1 2022** | **Crescita pubblicata** | **Crescita organica(a)** |
| Europa (b) | 470,4 | 448,5 | +4,9% | +5,0% |
| Asia-Pacifico | 348,3 | 317,4 | +9,7% | +14,0% |
| Francia | 291,6 | 278,5 | +4,7% | +1,9% |
| Resto del mondo | 205,5 | 170,8 | +20,3% | +19,5% |
| Regno Unito | 146,5 | 143,4 | +2,2% | +6,4% |
| Nord America | 122,6 | 116,2 | +5,5% | +1,0% |
| **Totale** | **1.585,0** | **1.474,8** | **+7,5%** | **+7,8%** |

*(a) A parità di area di consolidamento e di tassi di cambio*

*(b) Esclusi la Francia e il Regno Unito.*

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

**ARREDO URBANO**

Il fatturato rideterminato del primo semestre è aumentato del +4,2% a 822,6 milioni di euro (+3,8% su base organica). La maggior parte delle regioni ha registrato una crescita positiva, tra cui l'Asia-Pacifico e il Resto del Mondo con una crescita a due cifre. L'Arredo urbano ha superato i livelli di vendita globali del 2019, con una forte crescita a una cifra rispetto al 2019 in Europa (compresi Francia e Regno Unito).

Nel primo semestre il fatturato pubblicitario rideterminato, esclusi i ricavi da contratti di vendita, noleggio e manutenzione di arredi urbani, è aumentato del +3,5% su base organica rispetto al primo semestre 2022.

Nel secondo trimestre, il fatturato rideterminato è aumentato del +3,7% a 458,3 milioni di euro, con una crescita organica del +3,5% rispetto al secondo trimestre dello scorso anno. L’Arredo urbano ha superato il fatturato mondiale del 2019, trainato dall'Europa (compresi Francia e Regno Unito), con il Regno Unito ben al di sopra dei livelli del secondo trimestre 2019, sostenuto dal digitale.

Nel secondo trimestre, il fatturato pubblicitario rideterminato, esclusi i ricavi da contratti di vendita, noleggio e manutenzione di arredi urbani, è aumentato del +3,2% su base organica rispetto al secondo trimestre 2022.

**TRASPORTO**

Il trasporto è stato il principale motore di crescita nel primo semestre del 2023, con un aumento del fatturato rideterminato nel primo semestre del +16,9% a 536,7 milioni di euro (+19,0% a livello organico), che riflette il forte rimbalzo del traffico aereo al 92% del livello globale pre-Covid. La pubblicità aeroportuale negli Stati Uniti e in Medio Oriente è già al di sopra dei livelli pre-Covid. I fatturati aeroportuali in Europa e Asia-Pacifico sono in crescita, anche se in ritardo rispetto alla ripresa del traffico.

Tutte le regioni geografiche hanno registrato una crescita a due cifre, ma il settore dei trasporti rimane ben al di sotto dei livelli di vendita del 2019, influenzato dal calo del traffico aereo internazionale, in particolare in Cina. Il Resto del Mondo è ben al di sopra dei livelli di fatturato del 2019.

Nel secondo trimestre, il fatturato rideterminato è aumentato del +26,1% a 282,7 milioni di euro, con una crescita organica del +30,5% rispetto al secondo trimestre dello scorso anno. L'Asia-Pacifico è stata la regione con la crescita più rapida, anche se significativamente inferiore al livello del 2019, seguita dal Nord America e dal Resto del Mondo.

**AFFISSIONE**

Il fatturato rideterminato del primo semestre è sceso del -0,3% a 225,7 milioni di euro (-0,5% su base organica). Nord America, Asia-Pacifico, Resto d'Europa e Resto del Mondo hanno registrato una crescita nel periodo. Il fatturato in Asia-Pacifico e Nord America è stato superiore ai livelli del 2019.

Nel secondo trimestre, il fatturato rideterminato è sceso del -2,5% a 122,7 milioni di euro (-1,7% su base organica). Il Nord America ha registrato il tasso di crescita più elevato, seguito dal Resto del Mondo, con il Regno Unito stabile e la Francia in calo.

**MARGINE OPERATIVO RIDETERMINATO (1)**

Nel primo semestre del 2023, il nostro margine operativo rideterminato è salito di 19,6 milioni di euro a 203,1 milioni di euro (rispetto ai 183,6 milioni di euro del primo semestre del 2022), con un incremento del +10,7%. Questa leva operativa positiva, nonostante la pressione inflazionistica sui costi, è stata trainata dalla nostra attività di Arredo urbano, che ha beneficiato di una piena ripresa del fatturato e della rinegoziazione dei contratti, mentre i Trasporti e la nostra attività di cartellonistica di grande formato analogica risentono ancora di un ritmo di ripresa più lento, in particolare in Cina.

Il margine operativo rideterminato ha rappresentato il 12,8% del fatturato, +40 punti base in più rispetto allo scorso anno.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **S1 2023** | | **S1 2022** | | **Variazione 23/22** | |
|  | **m€** | **%del fatturato** | **m€** | **%del fatturato** | **Variazione (m€)** | **Tasso di margine (pb)** |
| Arredo urbano | 172,6 | 21,0% | 151,1 | 19,1% | +21,5 | +190 bp |
| Trasporto | 21,4 | 4,0% | 22,6 | 4,9% | -1,2 | -90 bp |
| Affissione | 9,1 | 4,0% | 9,9 | 4,4% | -0,8 | -40 bp |
| **Totale** | **203,1** | **12,8%** | **183,6** | **12,4%** | **+19,6** | **+40 bp** |

**Arredo urbano:** nel primo semestre del 2023, il margine operativo rideterminato è aumentato di 21,5 milioni di euro, raggiungendo 172,6 milioni di euro. In percentuale sul fatturato, il margine operativo rideterminato è stato del 21,0%, con un aumento di +190 punti base rispetto al 2022.

**Trasporto:** nel primo semestre del 2023, il margine operativo rideterminato è diminuito di 1,2 milioni di euro, attestandosi a 21,4 milioni di euro. In percentuale del fatturato, il margine operativo rideterminato del 4,0% è inferiore di -90 punti base rispetto al 2022.

**Affissione:** nel primo semestre del 2023, il margine operativo rideterminato è diminuito di 0,8 milioni di euro, attestandosi a 9,1 milioni di euro. In percentuale sul fatturato, il margine operativo rideterminato del 4,0% è inferiore di -40 punti base rispetto al 2022.

**RISULTATO DI GESTIONE RIDETERMINATO (2)**

Nel primo semestre del 2023, il risultato di gestione rideterminato prima degli oneri di svalutazione è aumentato di 30,4 milioni di euro, passando a 12,5 milioni di euro da -17,9 milioni di euro nel primo semestre del 2022. L'aumento è dovuto all'aumento del margine operativo e ad alcuni effetti non ricorrenti, legati soprattutto alla rinegoziazione dei contratti di arredo urbano, in parte compensati dall'impatto della fine dei contratti della metropolitana e dell'aeroporto di Guangzhou. In percentuale sul fatturato, questo rappresenta un aumento di 200 punti base allo 0,8%, rispetto al -1,2% del primo semestre del 2022, grazie a un aumento di 450 punti base del tasso di marginalità dell’arredo urbano, ora al 7,4%.

Le perdite di valore sulle attività materiali e immateriali, pari a +21,9 milioni di euro nel primo semestre del 2023, si riferiscono allo storno di accantonamenti per i contratti di Guangzhou per 17,4 milioni di euro.

Il risultato di gestione rideterminato dopo gli oneri di svalutazione è aumentato di 49,4 milioni di euro, raggiungendo i 34,4 milioni di euro nel primo semestre del 2023 verso -14,9 milioni di euro nel primo semestre del 2022.

**RISULTATO FINANZIARIO (3)**

Il risultato finanziario per il primo semestre del 2023 sono stati pari a -64,9 milioni di euro, rispetto ai -67,7 milioni di euro del primo semestre del 2022. Questo miglioramento di 2,8 milioni di euro è dovuto principalmente a una riduzione di 6,9 milioni di euro degli oneri finanziari netti, in parte compensata da un effetto valutario sfavorevole di 2,1 milioni di euro e un aumento di 1,2 milioni di euro dei costi netti di attualizzazione.

Il calo del costo dell'indebitamento netto è dovuto in parte all'aumento degli interessi percepiti sulle nostre disponibilità liquide ed equivalenti a seguito dell'aumento dei tassi d'interesse, mentre gli oneri finanziari sono principalmente a tasso fisso. Ciò è stato in parte compensato dagli interessi passivi sull'emissione obbligazionaria di 600 milioni di euro nel gennaio 2023, con scadenza nel 2029.

**SOCIETÀ VALUTATE CON IL METODO DEL PATRIMONIO NETTO**

Nel primo semestre del 2023, la quota di utile netto da società collegate ammonta a 8,7 milioni di euro, rispetto ai 7,1 milioni di euro del primo semestre del 2022, un incremento del 21,4%, che riflette il miglioramento della performance operativa complessiva delle nostre società a controllo congiunto, mentre il contributo delle nostre imprese associate è diminuito a causa di Clear Media in Cina, che rimane in declino e non ha ancora beneficiato della ripresa della mobilità.

**RISULTATO NETTO DI PERTINENZA DEL GRUPPO**

Nel primo semestre del 2023, il risultato netto di pertinenza del Gruppo prima delle svalutazioni nette è aumentata di +35,4 milioni di euro, raggiungendo i 21,8 milioni di euro, rispetto ai -13,5 milioni di euro del primo semestre del 2022.

Tenendo conto dell'impatto delle svalutazioni nette, il risultato netto di pertinenza del Gruppo è aumentato di 49,6 milioni di euro, raggiungendo i 37,8 milioni di euro, rispetto alla perdita di -11,7 milioni di euro del primo semestre del 2022.

**INVESTIMENTI RIDETERMINATI**

Nel primo semestre del 2023, gli investimenti netti rideterminati (acquisizioni di immobili, impianti e macchinari e attività immateriali, al netto delle cessioni di attività) di 121,2 milioni di euro sono rimasti inferiori dell'11,3% rispetto al primo semestre del 2019. Questo importo, che rappresenta una diminuzione di 1,1 milioni di euro (-0,9%) rispetto al primo semestre del 2022, include 26,7 milioni di euro di pagamento per i diritti pubblicitari relativi al rinnovo e all'estensione del nostro contratto a lungo termine con Shanghai Metro, nonché vendite di attività "non-core" per un totale di 32,5 milioni di euro.

**CASH-FLOW DISPONIBILE RIDETERMINATO (4)**

Nel primo semestre del 2023, il flusso di cassa operativo ha raggiunto 114,3 milioni di euro, con un aumento di +33,6 milioni di euro rispetto al primo semestre del 2022, pari al +41,6%, grazie soprattutto al miglioramento del margine operativo e al calo degli interessi netti pagati nel periodo.

La variazione del fabbisogno di capitale circolante ha avuto un impatto sfavorevole di 172,8 milioni di euro, dovuto a pagamenti di arretrati di affitti e di canoni nel periodo a seguito della finalizzazione della rinegoziazione di alcuni contratti e, in misura minore, a un aumento dei crediti e a un incremento delle scorte in relazione alla ripresa dell'attività.

Dopo le spese in conto capitale, il cash flow disponibile rideterminato è stato di -179,7 milioni di euro, 136,6 milioni di euro in meno rispetto al primo semestre del 2022, a causa della variazione del fabbisogno di capitale circolante, in parte compensato dalla crescita del flusso di cassa operativo.

**DIVIDENDO**

L'Assemblea generale annuale del 16 maggio 2023 ha deliberato di non pagare alcun dividendo, al fine di continuare ad ottimizzare la flessibilità finanziaria e rafforzare la nostra capacità di cogliere future opportunità mirate di investimento organico ed esterno, come la recente acquisizione delle attività di Clear Channel in Italia e Spagna.

**INDEBITAMENTO NETTO (5)**

L'indebitamento netto ammonta a 1.168,3 milioni di euro al 30 giugno 2023, rispetto ai 975,0 milioni di euro di fine dicembre 2022, con un aumento di 193,3 milioni di euro, dovuto principalmente all'impatto delle variazioni del fabbisogno di capitale circolante nel periodo sul cash flow disponibile. Questo indebitamento netto comprende un elevato livello di liquidità, con disponibilità di quasi 1,5 miliardi di euro e una linea di credito revolving confermata e non utilizzata per 825 milioni di euro con scadenza a metà del 2026, un solido profilo di indebitamento con scadenze obbligazionarie ampiamente coperte dalle nostre disponibilità liquide ed equivalenti fino al 2028 e una gestione ottimizzata del nostro indebitamento, che ci ha permesso di ridurre gli oneri finanziari netti nel periodo.

**DIRITTI D'USO E PASSIVITÀ PER CANONI DI LOCAZIONE, IFRS 16**

I diritti d'uso IFRS 16 al 30 giugno 2023 ammontano a 2.445,3 milioni di euro, rispetto ai 2.725,3 milioni di euro al 31 dicembre 2022, con una diminuzione di 280,0 milioni di euro dovuta all'ammortamento dei diritti d'uso, alle rinegoziazioni dei contratti e all'effetto valutario, in parte compensato da nuovi contratti, proroghe e rinnovi.

I debiti per leasing IFRS 16 sono diminuiti di -461,8 milioni di euro, passando da 3.412,1 milioni di euro al 31 dicembre 2022 a 2.950,3 milioni di euro al 30 giugno 2023 (3.684,8 milioni di euro al 30 giugno 2022). La diminuzione, dovuta principalmente al rimborso di debiti di leasing, a rinegoziazioni e risoluzioni di contratti e a un effetto cambio favorevole, è stata in parte compensata da nuovi contratti e dall'aggiornamento dei minimi garantiti.

**DATI RIDETERMINATI**

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

L'IFRS 16, applicabile dal 1°er gennaio 2019, comporta la rilevazione nello stato patrimoniale, per i leasing, di una passività di leasing per i canoni fissi contrattuali in cambio di un diritto di utilizzo del bene ammortizzato lungo la durata del contratto. Nel conto economico, il costo degli affitti fissi è sostituito dall'ammortamento del bene nei proventi operativi, alla voce margine operativo, e dagli interessi passivi sulla passività del leasing nei proventi finanziari, alla voce proventi operativi. L'IFRS 16 non ha alcun impatto sui pagamenti in contanti, ma il rimborso del capitale sul debito di leasing è classificato come un flusso di finanziamento.

Tuttavia, per rispecchiare la realtà operativa del Gruppo e garantire che le nostre prestazioni siano facilmente comprensibili, si continuano a utilizzare i dati operativi del sistema di reporting della gestione operativa del Gruppo, utilizzato dall'alta direzione per monitorare l'attività, allocare le risorse e misurare le prestazioni:

* Consolidare proporzionalmente i dati operativi delle società a controllo congiunto;
* Escludere l'impatto dell'IFRS 16 sui nostri leasing del core business (leasing di siti per strutture pubblicitarie, esclusi i leasing di immobili e veicoli).

Il conto economico comprende tutti gli aggregati fino all'utile operativo. Il rendiconto finanziario comprende tutti gli aggregati fino al free cash flow.

Di conseguenza, in conformità con l'IFRS 8, le informazioni di settore incluse nel bilancio sono in linea con queste informazioni interne e la comunicazione finanziaria esterna del Gruppo si basa quindi su queste informazioni finanziarie operative. Le informazioni e i commenti finanziari si basano quindi su dati "rideterminati", comparabili ai dati storici, che vengono sistematicamente riconciliati con i bilanci IFRS.

Nel primo semestre del 2023, l'impatto dell'IFRS 11 e dell'IFRS 16 sui nostri aggregati rettificati è :

* -118,1 milioni di euro per l'IFRS 11 sul fatturato rideterminato (-106,9 milioni di euro per l'IFRS 11 nel primo semestre del 2022); il fatturato IFRS è quindi pari a 1.466,9 milioni di euro (1.367,8 milioni di euro nel primo semestre del 2022).
* -25,2 milioni di euro per l'IFRS 11 e 346,4 milioni di euro per l'IFRS 16 sul margine operativo rideterminato (-21,3 milioni di euro per l'IFRS 11 e 387,6 milioni di euro per l'IFRS 16 nel primo semestre del 2022); il margine operativo IFRS è quindi di 524,3 milioni di euro (549,9 milioni di euro nel primo semestre del 2022).
* -16 milioni di euro per l'IFRS 11 e 90,4 milioni di euro per l'IFRS 16 sul risultato operativo rideterminato prima degli oneri di svalutazione (-12,7 milioni di euro per l'IFRS 11 e 50,3 milioni di euro per l'IFRS 16 nel primo semestre del 2022); il risultato operativo IFRS prima degli oneri di svalutazione è quindi pari a 86,8 milioni di euro (19,8 milioni di euro nel primo semestre del 2022).
* -16 milioni di euro per l'IFRS 11 e 90 milioni di euro per l'IFRS 16 sull'utile operativo rideterminato dopo gli oneri di svalutazione (-11,8 milioni di euro per l'IFRS 11 e 50,3 milioni di euro per l'IFRS 16 nel primo semestre del 2022); l'utile operativo IFRS dopo gli oneri di svalutazione è quindi pari a 108,4 milioni di euro (23,6 milioni di euro nel primo semestre del 2022).
* 6,4 milioni di euro per l'IFRS 11 sugli investimenti rettificati (-0,8 milioni di euro per l'IFRS 11 nel primo semestre 2022); gli investimenti IFRS sono quindi -114,9 milioni di euro (-123,2 milioni di euro nel primo semestre 2022).
* -13,6 milioni di euro per l'IFRS 11 e 400,8 milioni di euro per l'IFRS 16 sul free cash flow rideterminato (8,4 milioni di euro per l'IFRS 11 e 313,6 milioni di euro per l'IFRS 16 nel primo semestre del 2022); il free cash flow IFRS è quindi pari a 207,4 milioni di euro (278,9 milioni di euro nel primo semestre del 2022).

La riconciliazione completa dei dati rettificati e IFRS è disponibile a pagina 10 del presente comunicato stampa.

**NOTE**

1. **Margine operativo:** fatturato meno costi operativi diretti (esclusi i ricambi per la manutenzione) e costi di vendita, generali e amministrativi.
2. **Reddito operativo:** margine operativo meno ammortamenti e accantonamenti, svalutazione dell'avviamento, ricambi di manutenzione e altri proventi e oneri operativi.
3. **Risultato finanziario:** Escluso l'impatto degli oneri netti di attualizzazione e della rivalutazione del debito sugli impegni di acquisto di quote di minoranza (0,7 milioni di euro nel primo semestre 2023 e -1,2 milioni di euro nel primo semestre 2022).
4. **Free cash flow:** flusso di cassa netto da attività operative meno gli acquisti di immobili, impianti e macchinari e attività immateriali, al netto delle cessioni.
5. **Indebitamento netto:** indebitamento al netto delle disponibilità liquide e degli equivalenti al netto degli scoperti bancari, escludendo l'impatto non monetario dello IAS 32 (indebitamento per l'acquisto di quote di minoranza) e includendo l'impatto non monetario dell'IFRS 9 (sull'indebitamento e sugli strumenti di copertura) ed escludendo l'indebitamento per locazioni e l'IFRS 16.

**DEFINIZIONE DI 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 pro rata temporis*, ma includendo le variazioni del fatturato derivanti dall'acquisizione di nuovi contratti e dalla perdita di contratti precedentemente in portafoglio.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| m€ |  | **T1** | **T2** | **S1** |
|  |  |  |  |  |
| **Fatturato rideterminato 2022** | **(a)** | **683,0** | **791,8** | **1.474,8** |
|  |  |  |  |  |
| **Fatturato IFRS 2023** | **(b)** | **671,8** | **795,2** | **1.466,9** |
| Impatto dell'IFRS 11 | (c) | 49,5 | 68,6 | 118,1 |
| **Fatturato rideterminato 2023** | **(d) = (b) + (c)** | **721,3** | **863,7** | **1.585,0** |
| Impatto valutario | (e) | 1,2 | 19,1 | 20,3 |
| **Fatturato rideterminato 2023 a tassi di cambio 2022** | **(f) = (d) + (e)** | **722,5** | **882,8** | **1.605,3** |
| Variazione di perimetro | (g) | -5,7 | -9,3 | -15,0 |
| **Fatturato organico rideterminato 2023** | **(h) = (f) + (g)** | **716,8** | **873,6** | **1.590,3** |
|  |  |  |  |  |
| **Crescita organica** | **(i) = (h)/(a)-1** | **+5,0%** | **+10,3%** | **+7,8%** |

|  |  |
| --- | --- |
| m€ | **Impatto dei tassi di cambio**  **al 30 giugno 2023** |
|  |  |
| CNY | 6,4 |
| GBP | 6,1 |
| AUD | 5,6 |
| MXN | -2,1 |
| Altro | 4,3 |
|  |  |
| **Totale** | **20,3** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tasso di cambio medio | **S1 2023** | **S1 2022** |
|  |  |  |
| CNY | 0,1335 | 0,1412 |
| GBP | 1,1411 | 1,1874 |
| AUD | 0,6252 | 0,6581 |
| MXN | 0,0509 | 0,0451 |

**Prossimo comunicato:**

Fatturato del 3° trimestre 2023: 9 Novembre 2023 (dopo il mercato)

**Le cifre chiave di JCDecaux**

* *Fatturato 2022: 3.317 milioni di euro(a) - Fatturato primo semestre 2023: 1.585,0 milioni di euro(a)*
* *N°1 al mondo nella pubblicità esterna*
* *Un'audience giornaliera di oltre 850 milioni di persone in più di 80 paesi*
* *1.040.132 di facce pubblicitarie in tutto il mondo*
* *Una presenza in 3.573 città con più di 10.000 abitanti*
* *11.200 dipendenti*
* *JCDecaux è quotata all'Eurolist di Euronext Paris ed è inclusa negli indici Euronext 100 ed Euronext Family Business*
* *JCDecaux è segnalata in termini di performance extra-finanziaria nelle classifiche FTSE4Good (3,4/5), CDP (A-) e MSCI (AA) ed è classificata Platinum da EcoVadis*
* *1ère azienda di pubblicità esterna entra a far parte di RE100*
* *Leader nel noleggio di biciclette self-service: un pioniere della mobilità leggera*
* *N°1 al mondo nell'arredo urbano (604.536 facce pubblicitarie)*
* *N°1 a livello mondiale nella pubblicità sui trasporti con 153 aeroporti e 205 contratti di trasporto in metropolitane, autobus, treni e tram (333.620 facce pubblicitarie)*
* *N° 1 in Europa per i cartelloni pubblicitari di grande formato (101.976 facce pubblicitarie)*
* *N°1 nella pubblicità esterna in Europa (654.957 facce pubblicitarie)*
* *N°1 azienda di pubblicità esterna in Asia-Pacifico (170.973 facce pubblicitarie)*
* *N° 1 della pubblicità esterna in America Latina (129.305 facce pubblicitarie)*
* *N°1 nella pubblicità esterna in Africa (24.198 facce pubblicitarie)*
* *N°1 nella pubblicità esterna in Medio Oriente (19.371 facce pubblicitarie)*

*(a) Fatturato rideterminato*

Per maggiori informazioni: jcdecaux.com.

Seguiteci su Twitter, LinkedIn, Facebook, Instagram e YouTube.

**Dichiarazioni previsionali**

Il presente comunicato stampa può contenere alcune dichiarazioni previsionali. Tali dichiarazioni non costituiscono una garanzia dei risultati futuri della Società. Sebbene la Società ritenga che tali dichiarazioni si basino su ipotesi ragionevoli alla data del presente comunicato stampa, esse sono intrinsecamente soggette a rischi e incertezze che potrebbero far sì che i risultati effettivi differiscano materialmente da quelli espressi o impliciti in tali dichiarazioni.

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

Gli investitori e i detentori di titoli della Società possono ottenere una copia del presente documento di riferimento presso l'Autorité des Marchés Financiers all'indirizzo [www.amf-france.org](http://www.amf-france.org) o direttamente presso la Società all'indirizzo www.jcdecaux.com.

La Società non ha l'obbligo e non si impegna ad aggiornare o rivedere alcuna dichiarazione previsionale.

***Responsabile della comunicazione*:** Albert Asséraf

+33 (0) 1 30 79 79 10 - [albert.asseraf@jcdecaux.com](mailto:albert.asseraf@jcdecaux.com)

***Relazioni con gli investitori*:** Rémi Grisard

+33 (0) 1 30 79 79 93 - [remi.grisard@jcdecaux.com](mailto:remi.grisard@jcdecaux.com)

**RICONCILIAZIONE TRA DATI RIDETERMINATI E DATI IFRS**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Conto economico** | **S1 2023** | | | | | | | | **S1 2022** | | | | | | |
| m€ | Rideterminato | | Impatto delle società a controllo congiunto | | Impatto dell'IFRS 16 sulle società controllate (1) | | IFRS | | Rideterminato | | Impatto delle società a controllo congiunto | | Impatto dell'IFRS 16 sulle società controllate (1) | | IFRS |
| **Fatturato** | **1.585,0** | | **(118,1)** | | **-** | | **1.466,9** | | **1.474,8** | | **(106,9)** | |  | | **1.367,8** |
| Spese operative nette | (1.381,9) | | 92,8 | | 346,4 | | (942,7) | | (1.291,2) | | 85,7 | | 387,6 | | (818,0) |
| **Margine operativo** | **203,1** | | **(25,2)** | | **346,4** | | **524,3** | | **183,6** | | **(21,3)** | | **387,6** | | **549,9** |
| Pezzi di ricambio per manutenzione | (22,2) | | 0,6 | | - | | (21,6) | | (19,2) | | 0,3 | |  | | (18,9) |
| Ammortamenti e accantonamenti  (al netto degli storni) | (153,7) | | 6,9 | | (320,9) | | (467,7) | | (180,4) | | 8,3 | | (344,7) | | (516,8) |
| Altri ricavi e costi operativi | (14,8) | | 1,7 | | 64,9 | | 51,8 | | (1,9) | | 0,1 | | 7,5 | | 5,7 |
| **Utile operativo prima delle svalutazioni** | **12,5** | | **(16,0)** | | **90,4** | | **86,8** | | **(17,9)** | | **(12,7)** | | **50,3** | | **19,8** |
| Rettifiche di valore nette per deterioramento | 21,9 | | 0,0 | | (0,3) | | 21,6 | | 3,0 | | 0,8 | | - | | 3.8 |
| **Utile operativo dopo le svalutazioni** | **34,4** | | **(16,0)** | | **90** | | **108,4** | | **(14,9)** | | **(11,8)** | | **50,3** | | **23,6** |
| *(1) Impatto dell'IFRS 16 sugli affitti del core business delle società controllate.* | | | | | | | | | | | | | |
|  | |  | |  | |  | |  | |  | |  | |
| **Rendiconto finanziario** | **S1 2023** | | | | | | | | **S1 2022** | | | | | | |
| m€ | Rideterminato | | Impatto delle società a controllo congiunto | | Impatto dell'IFRS 16 sulle società controllate (1) | | IFRS | | Rideterminato | | Impatto delle società a controllo congiunto | | Impatto dell'IFRS 16 sulle società controllate (1) | | IFRS |
| **Capacità di autofinanziamento** | **114,3** | | **4,6** | | **298,8** | | **417,8** | | **80,7** | | **1,1** | | **345,9** | | **427,7** |
| Variazione del capitale circolante | (172,8) | | (24,6) | | 101,9 | | (95,5) | | (1,4) | | 8,2 | | (32,3) | | (25,6) |
| **Flusso di cassa netto da attività operative** | **(58,5)** | | **(20,0)** | | **400,8** | | **322,3** | | **79,3** | | **9,2** | | **313,6** | | **402,1** |
| Investimenti | (121,2) | | 6,4 | |  | | (114,9) | | (122,4) | | (0,8) | |  | | (123,2) |
| **Flusso di cassa disponibile** | **(179,7)** | | **(13,6)** | | **400,8** | | **207,4** | | **(43,1)** | | **8,4** | | **313,6** | | **278,9** |
| *(1)Impatto dell'IFRS 16 sul core business e sul reddito da locazione delle società controllate.* | | | | | | | | | | | | | |