

Jahreszahlen 2016

- **Bereinigter Umsatz wächst um 5,8% auf 3.392,8 Millionen Euro, bereinigter organischer Umsatz steigt um 3,3%**
- **Bereinigtes operatives Ergebnis geht um 7,0% auf 646,5 Millionen Euro zurück**
- **Bereinigtes EBIT vor Wertminderungen bei 351,4 Millionen Euro, minus 5,4%**
- **Nettogewinn auf Konzernebene vor Wertminderungen verringert sich um 7,4% auf 223,5 Millionen Euro**
- **Nettogewinn auf Konzernebene um 3,9% auf 224,7 Millionen Euro vermindert**
- **Bereinigter frei verfügbarer Cash-Flow von 263,7 Millionen Euro, minus 20,9%**
- **Für 2016 Dividende auf Vorjahresniveau von 0,56 Euro pro Aktie vorgeschlagen**
- **Leichter Rückgang des organischen Umsatzes für das erste Quartal 2017 erwartet**

Berlin/Paris, 2. März 2017 – JCDecaux SA (Euronext Paris: DEC), die Nummer eins der Außenwerbung weltweit, hat heute die geprüften und bestätigten Jahreszahlen für das abgelaufene Geschäftsjahr 2016 (Stichtag 31. Dezember) vorgelegt.

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. So können sie mit Daten vor 2014 verglichen werden. Informationen zu den bereinigten Kennzahlen und Angaben zur Überleitung auf IFRS finden sich im Abschnitt "Bereinigte Kennzahlen" auf den Seiten 4 und 5.

Jean-François Decaux, Co-Chief Executive Officer von JCDecaux, zum Jahresergebnis der Gruppe:

"Für JCDecaux war 2016 mit einem Umsatz von 3.392,8 Millionen Euro erneut ein Rekordjahr. Trotz der deutlichen Abschwächung des Wirtschaftswachstums in Großchina ist es uns ein weiteres Mal gelungen, unsere Umsätze gegenüber dem Vorjahr zu steigern. Während wir weiterhin einen soliden frei verfügbaren Cash-Flow verzeichnen, ging unsere Gesamtprofitabilität durch die Integration von CEMUSA und aufgrund der Vertragsstruktur unserer Partnerschaft mit Transport for London bei der Implementierung und Vermarktung des weltgrößten Netzes digitaler Werbeträger in Fahrgastunterständen in der britischen Hauptstadt zurück. In beiden Fällen handelt es sich aber um strategische Entscheidungen, die den Weg für ein beschleunigtes Wachstum unseres digitalen Premium-Portfolios bereiten, mit dem wir aktuell bereits 12,9% unseres Gesamtumsatzes erwirtschaften. New York City und London sind mittlerweile digitale Schaufenster für JCDecaux, mit deren Hilfe wir weitere Marktanteile im größten und im viertgrößten Werbemarkt der Welt gewinnen werden.

Das Jahr 2016 markierte zugleich einen Wendepunkt unserer organischen Wachstumsstrategie für Japan, den drittgrößten Werbemarkt der Welt. In Tokio haben wir mehrere Stadtmöblierungsverträge gewonnen, mit denen wir uns langfristig die exklusiven Werberechte für nahezu alle Fahrgastunterstände in der japanischen Hauptstadt sichern. Dies eröffnet uns die Möglichkeit zur Vermarktung von Premium-Werbeflächen in einer Stadt mit über 13 Millionen Einwohnern, in der 2020 die Olympischen und Paralympischen Spiele stattfinden werden.

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

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

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

Wir verfügen damit in Japan über ein flächendeckendes Stadtmöbelnetz, das die 41 größten Städte des Landes umfasst.

Nicht zuletzt ist es uns 2016 gelungen, den fragmentierten lateinamerikanischen Out-of-Home-Sektor durch die Übernahmen von OUTFRONT Media und Top media, weiter zu konsolidieren. Damit haben wir die größte Außenwerbeplattform der Region geschaffen, die unter anderem die zehn reichsten Städte Lateinamerikas abdeckt. Eine weitere Komponente unserer erfolgreichen Wachstumsstrategie sind Joint-Ventures mit lokalen Partnern. Dafür steht beispielhaft die strategische Partnerschaft, die wir im Juni 2016 mit Caracol Televisión in Kolumbien geschlossen haben.

Angesichts unseres soliden frei verfügbaren Cash-Flows und einer verbesserten, starken finanziellen Flexibilität werden wir unseren Aktionären bei der kommenden Jahreshauptversammlung am 11. Mai 2017 vorschlagen, eine gegenüber dem Vorjahr unveränderten Dividende in Höhe von 0,56 Euro pro Aktie auszuzahlen.

Für das erste Quartal 2017 erwarten wir angesichts anspruchsvoller Vergleichszahlen und weltweiter ökonomischer und politischer Unsicherheiten einen leichten Rückgang des bereinigten organischen Umsatzes.

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 intensiv in schnellwachsenden Märkten, bauen unsere Präsenz in den einflussreichsten Städten der Welt¹ immer weiter aus, erweitern unser digitales Portfolio – 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."

¹ Gemäß Forbes-Ranking 2014.

Um den globalen Einfluss von Städten zu messen, werden in diesem Ranking acht Faktoren berücksichtigt: Höhe der direkten Fremdinvestitionen; Anzahl von Konzernsitzen; Anzahl spezifischer Geschäftsfelder, auf denen die Stadt führend ist; Flugverbindungen mit anderen globalen Metropolen; Stärke der unternehmensbezogenen Dienstleistungen; Stärke des Finanzdienstleistungssektors; Bedeutung als Technologie- und Medienstandort; ethnische Diversität.

BEREINIGTE UMSÄTZE

Der bereinigte Konzernumsatz stieg im Geschäftsjahr 2016 um 5,8% auf 3.392,8 Millionen Euro. Dies entspricht den Zahlen, die das Unternehmen am 26. Januar 2017 vorgelegt hat. Treibende Kräfte für das bereinigte organische Wachstum von 3,3% waren Frankreich, die als "Übrige Welt" zusammengefassten Märkte der Gruppe und Großbritannien. Mit den hier erzielten Ergebnissen gelang es, das abgeschwächte Wachstum im "übrigen Europa" und im asiatisch-pazifischen aufzufangen. Im zweiten Halbjahr 2016 verlangsamte sich das Wachstum deutlich, wofür vor allem die Umsatzentwicklung in Großchina verantwortlich war. Der Unternehmensbereich Stadtmöblierung, der ein organisches Wachstum von 5,2% verzeichnete, profitierte von der fortschreitenden Digitalisierung unserer Premium-Standorte, insbesondere in London und New York City. Trotz einer deutlichen Abschwächung des Wachstums in Großchina konnte das Transportsegment seinen Umsatz organisch um 2,1% steigern. Die Umsätze im Konzernbereich Großflächenwerbung wuchsen organisch um 0,9%, was einem guten Ergebnis in Frankreich und einer kräftigen Erholung in Russland zu verdanken war.

BEREINIGTES OPERATIVES ERGEBNIS ⁽¹⁾

Das bereinigte operative Ergebnis verringerte sich im Gesamtjahr 2016 um 7,0% auf 646,5 Millionen Euro gegenüber 695,2 Millionen Euro im Vorjahr. Bezogen auf den Umsatz lag die bereinigte operative Marge bei 19,1% und damit um 260 Basispunkte unter dem Vorjahreswert. Obwohl das Umsatzwachstum sich im zweiten Halbjahr 2016 gegenüber dem ersten Halbjahr abschwächte, verbesserte sich die operative Marge in diesem Zeitraum gegenüber der ersten Jahreshälfte leicht.

	2016		2015		Veränderungen	
	Mio. €	%	Mio. €	%	Wert (%)	Marge (Bp)
Stadtmöblierung	405,4	26,6%	441,6	31,7%	-8,2%	-510Bp
Transportmedien	182,0	13,2%	201,5	14,9%	-9,7%	-170Bp
Großflächenwerbung	59,1	11,9%	52,1	11,4%	+13,4%	+50Bp
Gesamt	646,5	19,1%	695,2	21,7%	-7,0%	-260Bp

Stadtmöblierung: Im Unternehmensbereich Stadtmöblierung ging das bereinigte operative Ergebnis im Gesamtjahr 2016 um 8,2% auf 405,4 Millionen Euro zurück. Bezogen auf den Umsatz verminderte sich die bereinigte operative Marge gegenüber dem Vorjahr um 510 Basispunkte auf 26,6%. Verantwortlich für den Rückgang waren die Integration von CEMUSA, in deren Verlauf Restrukturierungsmaßnahmen im operativen Geschäft und Investitionen notwendig wurden, und die Anlaufphase des weltgrößten digitalen Stadtmöbelnetzes in London.

Transportmedien: Im Transportsegment schwächte sich das bereinigte operative Ergebnis 2016 um 9,7% auf 182,0 Millionen Euro ab. Bezogen auf den Umsatz ging die operative Marge gegenüber dem Vorjahr um 170 Basispunkte auf 13,2% zurück. Ursächlich waren in erster Linie Verträge mit US-amerikanischen Flughäfen, die sich noch in der Anlaufzeit befanden, die Wachstumsabschwächung im asiatisch-pazifischen Raum und die im Rahmen der Integration von CEMUSA übernommenen Verträge mit mehreren spanischen Flughäfen.

Großflächenwerbung: Im Konzernbereich Großflächenwerbung verbesserte sich das bereinigte operative Ergebnis im Geschäftsjahr 2016 um 13,4% auf 59,1 Millionen Euro. Bezogen auf den Umsatz stieg die bereinigte operative Marge gegenüber dem Vorjahr um 50 Basispunkte auf 11,9%, was sich vor allem den guten Ergebnissen in Frankreich und Russland verdankte.

BEREINIGTES EBIT ⁽²⁾

Ohne Berücksichtigung von Wertminderungsaufwendungen ging das bereinigte Ergebnis vor Zinsen und Steuern im Jahr 2016 um 5,4% zurück. Es lag damit bei 351,4 Millionen Euro gegenüber 371,4 Millionen Euro im Vorjahr. Bezogen auf den Umsatz verringerte sich die Konzernmarge um 120 Basispunkte auf 10,4%. 2015 hatte sie bei 11,6% gelegen. Die

Aufwendungen für Ersatzteile gingen gegenüber dem Vorjahr leicht zurück. Auch die Kosten für Abschreibungen und Rückstellungen sanken gegenüber 2015, da Drohverlustrückstellungen, die im Hinblick auf die Übernahme von CEMUSA und OUTFRONT Media Lateinamerika gebildet worden waren, aufgelöst werden konnten. Das sonstige Betriebsergebnis lag unter dem des Vorjahres, wofür vor allem Restrukturisierungskosten verantwortlich waren, die im Zuge der Integration von CEMUSA und OUTFRONT Media Lateinamerika entstanden.

Wie schon im Jahr 2015 wurde 2016 kein Wertminderungsaufwand für Goodwill und Investitionen in nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen verbucht. Im Gesamtjahr wurden Drohverlustrückstellungen in Höhe von 1,2 Millionen Euro aufgelöst und Zuschreibungen auf materielle und immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 0,5 Millionen Euro vorgenommen.

Das bereinigte EBIT nach Wertminderungsaufwand sank 2016 um 1,2% auf 353,1 Millionen Euro gegenüber 357,5 Millionen Euro im Vorjahr.

FINANZERGEBNIS⁽³⁾

Das Finanzergebnis für das Geschäftsjahr 2016 lag mit -28,9 Millionen Euro etwa auf dem Niveau des Vorjahres (-28,2 Millionen Euro).

EQUITY-BETEILIGUNGEN

Der Nettogewinn aus Unternehmensbeteiligungen, die nach der Equity-Methode bilanziert werden, belief sich 2016 auf 95,2 Millionen Euro und lag damit höher als im Vorjahr (81,4 Millionen Euro). Die Gewinnsteigerung verdankt sich vor allem den verbesserten Ergebnissen von Russ Outdoor in Russland und APG|SGA in der Schweiz und Änderungen im Beteiligungskreis.

NETTOGEWINN AUF KONZERNEBENE

Der Nettogewinn auf Konzernebene ohne Berücksichtigung von Wertminderungen ging im Geschäftsjahr 2016 um 7,4% auf 223,5 Millionen Euro gegenüber 241,4 Millionen Euro im Vorjahr zurück.

Unter Einbeziehung der Wertminderungsaufwendungen ging der Nettogewinn auf Konzernebene um 3,9% auf 224,7 Millionen Euro zurück. 2015 hatte er bei 233,9 Millionen Euro gelegen.

BEREINIGTE INVESTITIONEN

Die bereinigten Nettoinvestitionen (Erwerb von Sachwerten und immateriellen Gütern abzüglich Veräußerungen) beliefen sich 2016 auf 242,3 Millionen Euro gegenüber 229,4 Millionen im Vorjahr. Dabei lag der Anteil der Wachstumsinvestitionen vor allem aufgrund der beschleunigten Digitalisierung unseres Stadtmöbelpportfolios insbesondere in London und New York City höher als 2015.

BEREINIGTER FREI VERFÜGBARER CASH-FLOW⁽⁴⁾

Der bereinigte frei verfügbare Cash-Flow lag 2016 bei 263,7 Millionen Euro gegenüber 333,4 Millionen Euro im Jahr 2015. Der durch das gesunkene operative Ergebnis und die höheren Wachstumsinvestitionen verringerte Cash-Flow wurde durch ein gutes Management des Working Capital aufgefangen, das sich positiv auf die Liquidität der Gruppe auswirkte.

DIVIDENDE

Auf der nächsten Jahreshauptversammlung am 11. Mai 2017 wird der Aufsichtsrat den Aktionären vorschlagen, für das Geschäftsjahr 2016 eine Dividende von 0,56 Euro pro Aktie auszuzahlen. Damit bliebe die Höhe der Dividende gegenüber dem Vorjahr gleich.

NETTOVERSCHULDUNG⁽⁵⁾

Die Nettoverschuldung belief sich zum 31. Dezember 2016 auf 418,6 Millionen Euro gegenüber 400,5 Millionen Euro am 31. Dezember 2015.

AUSGABE VON ANLEIHEN

JCDecaux hat erfolgreich eine Unternehmensanleihe mit siebenjähriger Laufzeit und einem Emissionsvolumen von 750 Millionen Euro begeben, die am 1. Juni 2023 fällig wird. Die Anleihe wurde mit einem Aufschlag von 80 Basispunkten über dem Swapsatz festgesetzt, was

einem Kupon von 1,000% entspricht. Die Anleihe war mehr als dreifach überzeichnet und konnte rasch bei renommierten Investoren platziert werden.

Die Ausgabe der Anleihe dient der allgemeinen Stärkung der Finanzausstattung der Gruppe und erfolgte insbesondere im Hinblick auf die Fälligkeit der aktuell laufenden Anleihe mit einem Volumen vom 500 Millionen Euro im Februar 2018.

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 eine Vergleichbarkeit mit Kennzahlen vor 2014 gewährleisten und die auf IFRS übergeleitet werden. In der Gewinn- und Verlustrechnung betrifft dies alle Positionen bis zum EBIT. In der Cash-Flow-Rechnung betrifft dies alle Positionen bis zum frei verfügbaren Cash-Flow.

Im Geschäftsjahr 2016 beliefen sich die Auswirkungen von IFRS 11 auf die bereinigten Positionen auf:

- -418,3 Millionen Euro auf den bereinigten Konzernumsatz (-400,5 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2015). Der Konzernumsatz gemäß IFRS betrug somit 2.974,5 Millionen Euro (2.807,1 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2015).
- -118,4 Millionen Euro auf das bereinigte operative Ergebnis (-112,5 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2015). Das operative Ergebnis gemäß IFRS lag somit bei 528,1 Millionen Euro (582,7 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2015).
- -100,8 Millionen Euro auf das bereinigte EBIT vor Wertminderungsaufwand (-87,4 Millionen im Geschäftsjahr 2015). Das bereinigte EBIT vor Wertminderungsaufwand gemäß IFRS belief sich somit auf 250,6 Millionen Euro (284,0 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2015).
- -100,8 Millionen Euro auf das bereinigte EBIT nach Wertminderungsaufwand (-87,4 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2015). Das EBIT nach Wertminderungsaufwand gemäß IFRS belief sich somit auf 252,3 Millionen Euro (270,1 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2015).
- -14,7 Millionen Euro auf die bereinigten Nettoinvestitionen (-27,5 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2015). Die Nettoinvestitionen gemäß IFRS beliefen sich somit auf 227,6 Millionen Euro (201,9 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2015).
- -34,2 Millionen Euro auf den bereinigten frei verfügbaren Cash-Flow (+1,5 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2015). Der frei verfügbare Cash-Flow gemäß IFRS belief sich somit auf 229,5 Millionen Euro (334,9 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2015).

Eine vollständige Überleitung der bereinigten Kennzahlen auf IFRS findet sich auf Seite 7 dieser Information

ORGANISCHES WACHSTUM

Das organische Wachstum entspricht dem bereinigten (Non-IFRS) Umsatzwachstum ohne 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.

ANMERKUNGEN

- (1) **Operatives Ergebnis:** Umsatz abzüglich der direkten betrieblichen Aufwendungen (außer Wartung/Ersatzteile), abzüglich der allgemeinen Betriebsaufwendungen (SG&A-Aufwendungen).
- (2) **EBIT:** Operatives Ergebnis abzüglich Abschreibung, Amortisierung und Rückstellungen, abzüglich Goodwill-Abschreibung, abzüglich Wartungs- und Ersatzteile, abzüglich aller sonstigen Einnahmen und Ausgaben.
- (3) **Finanzergebnis:** Ohne den Effekt der Diskontierung und Neubewertung finanzieller Verbindlichkeiten aus Kaufoptionen für Anteile ohne beherrschenden Einfluss (+10,1 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2016 gegenüber -5,5 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2015).
- (4) **Frei verfügbarer Cash-Flow:** Betrieblicher Netto-Cash-Flow abzüglich der Netto-Investitionsausgaben (materielle und immaterielle Vermögenswerte) und abzüglich Veräußerungen.
- (5) **Nettoverschuldung:** Verschuldung abzüglich der liquiden Mittel ohne Kontokorrentkredite, ausgenommen der unbaren Auswirkungen von IAS 32 (finanzielle Verbindlichkeiten aus Kaufoptionen für Anteile ohne beherrschenden Einfluss) und einschließlich der unbaren Auswirkungen von IAS 39 auf Kreditderivate und Finanzderivate zu Sicherungszwecken.

Nächste Information:

Umsatzzahlen für das 1. Quartal 2017 am 4. Mai 2017(nach Börsenschluss)
Jahreshauptversammlung am 11. Mai 2017

Kennzahlen der JCDecaux-Gruppe:

- Umsatz im Geschäftsjahr 2016: 3.393 Millionen Euro
- JCDecaux ist in der Eurolist der Euronext Paris gelistet und wird im Index Euronext 100 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)
- Weltweit die Nr. 1 für öffentliche Fahrradverleihsysteme; Pionier umweltfreundlicher 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/ anfordern oder direkt über die Website des Unternehmens 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

ÜBERLEITUNG DER BEREINIGTEN KENNZAHLEN AUF IFRS

Gewinn- und Verlustrechnung	2016			2015		
Mio. €	Bereinigt	Anteil der Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung	IFRS	Bereinigt	Anteil der Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung	IFRS
Umsatzerlöse	3.392,8	(418,3)	2.974,5	3.207,6	(400,5)	2.807,1
Betriebskosten	(2.746,3)	299,9	(2.446,4)	(2.512,4)	288,0	(2.224,4)
Operatives Ergebnis	646,5	(118,4)	528,1	695,2	(112,5)	582,7
Ersatzteile	(46,1)	1,0	(45,1)	(46,8)	1,4	(45,4)
Abschreibungen und Rückstellungen (netto)	(215,8)	16,6	(199,2)	(261,4)	22,9	(238,5)
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	(33,2)	0,0	(33,2)	(15,6)	0,8	(14,8)
EBIT vor Wertminderungsaufwand	351,4	(100,8)	250,6	371,4	(87,4)	284,0
Wertminderungsaufwand ⁽¹⁾	1,7	-	1,7	(13,9)	-	(13,9)
EBIT nach Wertminderungsaufwand	353,1	(100,8)	252,3	357,5	(87,4)	270,1

⁽¹⁾ Einschließlich Netto-Wertminderungsaufwendungen von Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung.

Cash-Flow-Rechnung	2016			2015		
Mio. €	Bereinigt	Anteil der Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung	IFRS	Bereinigt	Anteil der Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung	IFRS
Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit ohne Wartungskosten	458,1	(19,0)	439,1	536,6	(21,6)	515,0
Veränderungen im Bedarf an Working Capital	47,9	(29,9)	18,0	26,2	(4,4)	21,8
Netto Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit	506,0	(48,9)	457,1	562,8	(26,0)	536,8
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	(242,3)	14,7	(227,6)	(229,4)	27,5	(201,9)
Frei verfügbarer Cash-Flow	263,7	(34,2)	229,5	333,4	1,5	334,9