

L'interview du professionnel

« Le groupe Decaux est le leader mondial de la communication extérieure »

JCDecaux, inventeur du concept de mobilier urbain en 1964, est aujourd'hui le numéro un mondial de la communication extérieure. Revue de détail par Rémy Stauble, analyste chez Cogefi Gestion.

Pouvez-vous nous décrire la société JCDecaux et son positionnement ?

« Le groupe Decaux est le leader mondial de la communication extérieure, avec un total de 1,1 million de dispositifs publicitaires dans plus de 75 pays. Le groupe a trois activités différentes : il est numéro un mondial dans le mobilier urbain, numéro un mondial de la publicité dans les transports et numéro un en Europe de l'affichage grand format. Le modèle économique du groupe est de financer les dépenses effectuées sur ces trois activités par la publicité des annonceurs et, si possible, déga-

ger une marge. JCDecaux, c'est aussi une activité de vélos en libre-service. »

Pourquoi le secteur de la communication extérieure est-il actuellement intéressant ?

« Historiquement, les investissements publicitaires dans la communication extérieure ne représentent que 6,7 % des investissements publicitaires. Cette faible part de marché s'explique par le fait que la communication extérieure ne savait pas mesurer l'audience, contrairement à la télévision ou la radio. Mais, désormais, avec l'arrivée de la digitalisation, des mesures d'audience et de retour sur investissements devraient attirer les annonceurs. Donc, en définitive, il existe un fort potentiel d'augmentation de la part de marché de la communication extérieure face aux autres médias. »

L'investissement dans le digital ne va-t-il pas peser sur la rentabilité du groupe ?

« Il est vrai que les investissements dans le digital vont nécessiter des montants plus importants qu'un investissement classique. Mais, premièrement, le groupe ne compte pas digitaliser l'ensemble de son parc. Il va d'abord se concentrer sur les axes des villes les plus importantes comme New York ou Londres. Et, deuxièmement, les marges dans le digital sont plus élevées. »

Quelle a été l'évolution du chiffre d'affaires et de la marge ces dernières années ?

« La croissance organique a été affectée par des effets plutôt conjoncturels comme les élections politiques en France et la politique anti-ostentatoire en Chine. Quant à la marge, elle s'est dégradée suite à l'acquisition de la société

« JCDecaux est une société de qualité et la qualité se paye. D'autant que le groupe va bénéficier de l'urbanisation des pays émergents, notamment au Brésil et en Chine, ainsi que de la digitalisation de son parc. »

Rémy Stauble, analyste chez Cogefi Gestion

déficitaire Cesuma qui devrait passer le point mort dès 2018. Nous pensons donc que le groupe a atteint un plancher en termes de chiffre d'affaires et de marge, la croissance pourrait revenir vers des niveaux de 3 % dès le second semestre 2017, seuil à partir duquel du levier opérationnel serait déclenché. »

La valorisation de JCDecaux n'est-elle pas trop élevée ?

« Effectivement, la valeur s'est toujours payée relativement chère par rapport aux autres acteurs du secteur. Actuellement, le ratio cours sur bénéfices ressort à 27. Donc un niveau élevé. Mais JCDecaux est une société de qualité et la qualité se paye. D'autant que le groupe va bénéficier de l'urbanisation des pays émergents, notamment au Brésil et en Chine, ainsi que de la digitalisation de son parc. Ajoutons également, sa santé financière. Celle-ci, meilleure que celle de ses principaux concurrents très fortement endettés, devrait lui permettre de réaliser sereinement des opérations de croissance externe, particulièrement aux États-Unis, et de gagner des parts de marché en remportant plus facilement des appels d'offres. Donc, au cours actuel, qui se situe aux environs de 32 euros, nous restons confiants quant à l'évolution positive de la valeur. »

