

## JCDecaux Top Media et Grupo Publigráfico fusionnent leurs activités en Amérique centrale, devenant ainsi la plateforme de communication extérieure la plus diversifiée en termes de géographies et de produits et services

### Communication Extérieure

Afrique du Sud  
Allemagne  
Angola  
Arabie Saoudite  
Australie  
Autriche  
Azerbaïdjan  
Bahreïn  
Belgique  
Botswana  
Brésil  
Bulgarie  
Cameroun  
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  
Lesotho  
Lettonie  
Lituanie  
Luxembourg  
Madagascar  
Malawi  
Maurice  
Mexique  
Mongolie  
Mozambique  
Myanmar  
Namibie  
Nicaragua  
Nigéria  
Norvège  
Nouvelle-Zélande  
Oman  
Ouganda  
Ouzbékistan  
Panama  
Paraguay  
Pays-Bas  
Pérou  
Pologne  
Portugal  
Qatar  
République Dominicaine  
République Tchèque  
Royaume-Uni  
Salvador  
Singapour  
Slovaquie  
Suède  
Suisse  
Tanzanie  
Thaïlande  
Ukraine  
Uruguay  
Zambie  
Zimbabwe

Paris, le 30 novembre 2023 – JCDecaux SE (Euronext Paris : DEC), numéro un mondial de la communication extérieure, annonce que sa filiale JCDecaux Top Media, détenue majoritairement, fusionne aujourd'hui avec la division communication extérieure de Grupo Publigráfico en Amérique centrale. Dans le cadre de cet accord, la nouvelle joint-venture est détenue par JCDecaux SE [55,6 %], par les actionnaires existants de Grupo Publigráfico [27 %] et par Top Partners [17,4 %] et opérera ses activités dans six pays (Guatemala, Panama, Costa Rica, Salvador, Honduras et Nicaragua).

Créé en 1989 au Guatemala par Moises Beer et Enrique Beer, Grupo Publigráfico est un groupe familial qui exerce notamment ses activités dans les domaines de la communication extérieure. Grupo Publigráfico est la deuxième entreprise de communication extérieure d'Amérique centrale, après JCDecaux Top Media, avec une présence importante au Guatemala, mais aussi au Salvador, au Costa Rica et au Panama.

Forte d'une population totale de 51,6 millions d'habitants en 2023 (source : ONU), l'Amérique centrale est un marché dynamique, grâce à sa position géographique unique, avec notamment le canal de Panama, des indices de mobilité élevés et des investissements publicitaires estimés à plus de 2,2 milliards de dollars américains.

Cette fusion entre deux groupes familiaux sera donc un véritable levier de croissance pour la communication extérieure, qui représente environ 6,5 % du marché publicitaire de la région (source : Kantar Ibope et Integrametrics), une proportion en-deçà de la moyenne mondiale mais en constante progression.

Les expertises combinées de JCDecaux et Grupo Publigráfico, sur un marché publicitaire actuellement très fragmenté, ouvriront de nouvelles perspectives aux annonceurs. Ils bénéficieront d'un éventail de solutions de communication toujours plus efficaces et affinitaires, reposant sur des emplacements de qualité en mobilier urbain, affichage et transport (20 000 faces publicitaires), ainsi que des indicateurs de mesure performants. JCDecaux apportera notamment son savoir-faire en matière de DOOH (Digital Out-of-Home), dans lequel il a réalisé de nombreux investissements productifs, contribuant à la croissance de ce média. Les marques auront ainsi accès à des solutions enrichies par la donnée, permettant des activations pertinentes sur l'ensemble du funnel marketing.

**Raul Beer, Directeur Général de Grupo Publigráfico**, a déclaré : « Cette fusion avec JCDecaux marque un véritable tournant dans la trajectoire de Grupo Publigráfico. Fondée par mon père Moises Beer et mon oncle Enrique Beer, notre entreprise a toujours placé l'innovation, la créativité, la durabilité et la satisfaction client au cœur de ses actions. Cette fusion avec JCDecaux, dont nous partageons les valeurs, permet non seulement d'étendre notre présence sur le marché centraméricain de la communication extérieure, mais également de renforcer notre engagement commun à fournir des solutions efficaces et uniques, tout en restant fidèles à nos valeurs clés. »

**Alfredo Aleman, Arturo Zarate et Francisco Alonso, Actionnaires Fondateurs de Top Media**, ont déclaré : « En tant que partenaires historiques de JCDecaux en Amérique centrale, nous sommes ravis de renforcer cette alliance avec Grupo Publigráfico, l'un des acteurs de la communication extérieure les plus reconnus de la région. Cette fusion est parfaitement alignée avec les valeurs fondatrices ayant permis la création de Top Media en 1999, puis notre collaboration avec JCDecaux en 2016. Ensemble, nous renforcerons notre présence régionale afin de mieux répondre aux besoins des annonceurs locaux et

*internationaux, tout en continuant à fournir aux collectivités des services de haute qualité et à la pointe de l'innovation dans toute l'Amérique centrale. »*

**Jean-Charles Decaux, Co-Directeur Général de JCDecaux**, a déclaré : « *Nous nous réjouissons de la fusion de notre filiale en Amérique centrale, animée par des valeurs entrepreneuriales et des équipes de très grande qualité, avec Grupo Publigráfico, un groupe familial. Elle permettra d'apporter aux annonceurs des solutions toujours plus pertinentes et innovantes pour construire leurs plans de communication. Cette fusion constitue un axe majeur dans notre développement au sein de la région, dont le marché publicitaire dynamique offre de nombreuses opportunités. Avec cette nouvelle entité, nous continuerons plus que jamais à proposer une offre média de qualité, efficace et responsable, forte de nos engagements en matière d'ESG et de réduction de nos consommations énergétiques – en baisse de 20 % en 2022 par rapport à 2019 en Amérique centrale – tant au bénéfice de nos partenaires villes, compagnies de transport et aéroports qu'à celui de nos annonceurs et du grand public. »*

#### **Chiffres clés de JCDecaux**

- Chiffre d'affaires 2022 : 3 317 millions d'euros<sup>(a)</sup> – Chiffre d'affaires du premier semestre 2023 : 1 585 millions d'euros<sup>(a)</sup>
  - N°1 mondial de la communication extérieure
  - Une audience journalière de plus de 850 millions de personnes dans plus de 80 pays
  - 1 040 132 faces publicitaires dans le monde
  - Une présence dans 3 573 villes de plus de 10 000 habitants
  - 11 200 collaborateurs
  - JCDecaux est coté sur l'Eurolist d'Euronext Paris et fait partie des indices Euronext 100 et Euronext Family Business
  - JCDecaux est référencé en matière de performance extra-financière dans les classements FTSE4Good (3,4/5), CDP (A-), MSCI (AA) et classé Platine par EcoVadis
  - 1<sup>ère</sup> entreprise de communication extérieure à rejoindre le RE100
  - Leader dans le vélo en libre-service : pionnier de la mobilité douce
  - N°1 mondial du mobilier urbain (604 536 faces publicitaires)
  - N°1 mondial de la publicité dans les transports avec 153 aéroports et 205 contrats de transport dans les métros, bus, trains et tramways (333 620 faces publicitaires)
  - N°1 européen de l'affichage grand format (101 976 faces publicitaires)
  - N°1 de la communication extérieure en Europe (654 957 faces publicitaires)
  - N°1 de la communication extérieure en Asie-Pacifique (170 973 faces publicitaires)
  - N°1 de la communication extérieure en Amérique Latine (129 305 faces publicitaires)
  - N°1 de la communication extérieure en Afrique (24 198 faces publicitaires)
  - N°1 de la communication extérieure au Moyen-Orient (19 371 faces publicitaires)
- (a) Chiffre d'affaires ajusté

Pour plus d'information : [jcdecaux.com](http://jcdecaux.com).

Retrouvez-nous sur [Twitter](#), [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#) et [YouTube](#).

**Direction de la Communication** : Albert Asséraf  
+33 (0) 1 30 79 79 10 – [albert.asseraf@jcdecaux.com](mailto:albert.asseraf@jcdecaux.com)

**Relations Investisseurs** : Rémi Grisard  
+33 (0) 1 30 79 79 93 – [remi.grisard@jcdecaux.com](mailto:remi.grisard@jcdecaux.com)