

JCDecaux y América Móvil crean un *joint-venture* y fusionan sus negocios de comunicación exterior en México

Paris, 27 de junio de 2017 – JCDecaux SA (Euronext Paris: DEC), número uno mundial en comunicación exterior y América Móvil, S.A.B. de C.V. (“AMX”) (BMV: AMX / NYSE: AMX), el proveedor líder en el sector de telefonía inalámbrica de América Latina y la tercera más grande del mundo en términos de suscriptores proporcionales, han anunciado el día de hoy la creación de un *joint-venture* para sus negocios de comunicación exterior (out-of-home, “OOH” por sus siglas en inglés) en México. La operación consiste en integrar Corporación de Medios Integrales, S.A. de C.V. (“CMI”), una sociedad 100% propiedad de AMX, y Eumex, S.A. de C.V. (“Eumex”), una sociedad controlada por JCDecaux SA, en JCD Out Of Home México, S.A. de C.V. (“JCDecaux MX”), una sociedad de reciente creación controlada por JCDecaux SA y tenedora del 100% de Fusionante Vendor, S. de R.L. de C.V. (“Vendor”), entre otras compañías.

En última instancia, sociedades controladas por JCDecaux tendrán el 60% de las participaciones de JCDecaux MX y el 40% restante lo tendrá una subsidiaria 100% controlada por AMX.

El cierre de la transacción está sujeto al cumplimiento de ciertas condiciones, incluyendo la aprobación de la Comisión Federal de Competencia Económica y se espera que dicho cierre tenga lugar durante el 2017.

A la fecha, CMI es un actor importante en mobiliario urbano, carteleras, y en publicidad en los centros comerciales de México principalmente por la operación de kioscos publicitarios en la Ciudad de México, por la concesión publicitaria de puentes en varias ciudades de México, particularmente en las áreas metropolitanas de la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, por la operación de la red Metrobus de Guadalajara, así como la de famosos centros comerciales de México.

JCDecaux incursionó en México en 2014 tras la compra del 85% de Eumex que opera más de 10,000 paneles publicitarios de mobiliario urbano en 15 ciudades. El 1° de abril de 2016, JCDecaux reforzó su posición adquiriendo el 100% del capital de Vendor, la subsidiaria mexicana de Outfront Media, operando casi 2,500 mobiliarios de Gran Formato y 750 líneas de autobuses en más de 350 ciudades en los 32 estados de México.

Se espera que esta alianza acelere futuros desarrollos en el 2° mercado publicitario de América Latina y la 12° economía mundial con una población de casi 122 millones de habitantes. Con productos sumamente complementarios, y una presencia sólida en el mobiliario urbano de la Ciudad de México, CMI reforzará la oferta de JCDecaux para anunciantes y ciudades en el segmento de la publicidad exterior, el cual se encuentra muy fragmentado en México. Alcanzando aproximadamente \$590 millones de dólares, las inversiones totales en comunicación exterior representan cerca del 12% del conjunto del mercado publicitario, y se espera que la digitalización de los activos acelere el crecimiento de la industria. A través este nuevo *joint-venture*, JCDecaux ambiciona ser un protagonista importante de este cambio desplegando nuevos productos y servicios digitales en México.

Arturo Elías Ayub, Director de Alianzas Estratégicas y Multimedia de AMX, declaró: *“Estamos orgullosos de unir nuestras fuerzas con las de JCDecaux, el líder mundial de la comunicación exterior, fusionando nuestros negocios de Out-of-Home en México, y por lo tanto aumentando nuestra propuesta de valor para nuestros clientes y socios. Con una red de cobertura reforzada al nivel nacional, nuestros clientes se beneficiarán de una mayor visibilidad para sus campañas, en diferentes soportes y formatos complementarios. Estamos también orgullosos de participar conjuntamente con JCDecaux en el desarrollo y la reinención de la industria de la comunicación exterior en el país.”*

Jean-Charles Decaux, Co-Director General de JCDecaux, declaró: *«Estamos muy complacidos de esta alianza con América Móvil que permitirá ofrecer a nuestros clientes una cobertura geográfica aún mejor, en particular en la Ciudad de México, en Mobiliario Urbano publicitario y diversificar nuestra cartera de activos con puentes y centros comerciales. Estamos orgullosos de seguir proporcionando nuestro mobiliario urbano innovador a los ciudadanos y turistas y ofreciendo a los anunciantes audiencias de primera calidad gracias a la experiencia y al trabajo remarcable de nuestros equipos. También creemos firmemente que esta alianza es la primera etapa de una colaboración beneficiosa, para responder a los presentes y futuros desafíos de digitalización, conectividad y datos, y, por lo tanto, que nos permitirá estar en la vanguardia de soluciones para las Ciudades Inteligentes para acelerar el desarrollo de las ciudades y empresas de transporte mexicanas en los próximos años.»*

Cifras clave del Grupo

- Facturación 2016: 3,393m€
- JCDecaux cotiza en la Eurolist de Euronext París y forma parte del índice Euronext 100
- JCDecaux forma parte del índice FTSE4Good
- N°1 mundial del mobiliario urbano (559.070 caras publicitarias)
- N°1 mundial de la publicidad en los aeropuertos con más de 220 aeropuertos y 260 contratos de transporte en los metros, autobuses, trenes y tranvías (354.680 caras publicitarias)
- N°1 europeo del gran formato (169.860 caras publicitarias)
- N°1 de la comunicación exterior en Europa (721.130 caras publicitarias)
- N°1 de la comunicación exterior en Asia Pacífico (219.310 caras publicitarias)
- N°1 de la comunicación exterior en América Latina (70.680 caras publicitarias)
- N°1 de la comunicación exterior en África (29.820 caras publicitarias)
- N°1 de la comunicación exterior en El Oriente Medio (16.230 caras publicitarias)
- N°1 mundial de la bicicleta en libre servicio: pionero de la movilidad sostenible
- 1.117.890 caras publicitarias en más de 75 países
- Con presencia en 4.280 ciudades de más de 10.000 habitantes
- Audiencia diaria: más de 410 millones de personas
- 13.030 colaboradores

Dirección General América Latina

Departamento de Marketing y Comunicaciones
comunicacionlatam@jcdecaux.com