

JCDecaux renforce sa présence au Moyen-Orient en remportant un nouveau contrat de Mobilier Urbain à Dubaï

Communication Extérieure

Afrique du Sud
Algérie
Allemagne
Angola
Arabie Saoudite
Argentine
Australie
Autriche
Azerbaïdjan
Belgique
Botswana
Brésil
Bulgarie
Cameroun
Canada
Chili
Chine
Colombie
Corée
Costa Rica
Croatie
Danemark
Emirats Arabes Unis
Equateur
Espagne
Estonie
Etats-Unis
Finlande
France
Guatemala
Honduras
Hongrie
Inde
Irlande
Islande
Israël
Italie
Japon
Kazakhstan
Lesotho
Lettonie
Lituanie
Luxembourg
Madagascar
Malawi
Maurice
Mexique
Mongolie
Mozambique
Namibie
Nicaragua
Norvège
Oman
Ouganda
Ouzbékistan
Panama
Pays-Bas
Pérou
Pologne
Portugal
Qatar
République Dominicaine
République Tchèque
Royaume-Uni
Russie
Salvador
Singapour
Slovaquie
Slovénie
Suède
Suisse
Swaziland
Tanzanie
Thaïlande
Turquie
Ukraine
Uruguay
Zambie
Zimbabwe

Paris, le 11 juillet 2017 – JCDecaux SA (Euronext Paris : DEC), numéro un mondial de la communication extérieure, annonce avoir remporté avec son partenaire émirien, DXB Média Advertising, un nouveau contrat de mobilier urbain à Dubaï (2,7 millions d'habitants) pour une durée de 10 ans, à la suite d'un appel d'offres de RTA (Roads and Transport Authority). Ce contrat sera géré par une entité qui sera détenue, à terme, à 75% par JCDecaux et à 25% par DXB Média Advertising.

Ce contrat exclusif porte sur l'installation, l'exploitation, l'entretien et la maintenance de 418 candélabres publicitaires positionnés stratégiquement le long de la célèbre Jumeirah Beach Road, ainsi que 50 mobiliers *e-Village®* 100 % serviciels implantés dans les lieux emblématiques de la ville. Ce programme de mobiliers urbains intelligents est partie prenante des 34 nouveaux projets du plan « Smart City » de RTA qui sera déployé dans les 5 prochaines années afin de faire de Dubaï la ville la plus intelligente au monde.

Déployés d'ici la fin de l'été 2017, les candélabres publicitaires et leurs 836 faces de 3,2m² offriront la possibilité aux annonceurs et à leurs marques de déployer des campagnes innovantes auprès d'une audience premium sur l'une des artères les plus fréquentées de Dubaï. Cet axe côtier de 15 km couvre l'ensemble des accès aux plages et longe les quartiers résidentiels, les grands hôtels ainsi que les restaurants et lieux de sortie les plus prisés.

Pour ce premier partenariat particulièrement stratégique avec RTA, JCDecaux s'est appuyé sur ses équipes de Recherche et Développement afin de proposer des candélabres publicitaires dont le nouveau design s'intègre parfaitement dans l'environnement urbain. Chaque modèle a, par ailleurs, été soumis à une analyse du cycle de vie pour quantifier les impacts environnementaux liés à sa conception, sa fabrication, son exploitation et sa fin de vie, diminuant sa consommation énergétique de 39 % et répondant ainsi aux exigences du Groupe en matière de développement durable.

Les mobiliers intelligents *e-Village®*, qui serviront de plateforme de communication interactive à RTA, seront, quant à eux, implantés dans les lieux les plus emblématiques de Dubaï tels que le long de la promenade de la Marina, à proximité du célèbre hôtel Burj Al Arab ou encore dans les quartiers historiques de Bur Dubai et Deira. Véritables concentrés d'innovations, ils permettront de mettre à la disposition des habitants et des visiteurs un ensemble de services et d'informations générales, gouvernementales et commerciales, en arabe et en anglais : sites de e-commerce, informations touristiques et culturelles, trafic et mobilités, météo, etc.

Jean-Charles Decaux, Co-directeur Général de JCDecaux, a déclaré : «*Nous sommes très fiers de ce partenariat stratégique avec RTA, dont les valeurs d'excellence, d'innovation et de créativité sont chères à JCDecaux. Avec cette étape clé dans notre développement régional, nous allons mettre notre savoir-faire et notre expertise au service de RTA pour équiper Dubaï d'une nouvelle génération de mobiliers urbains intelligents et publicitaires, en cohérence avec notre modèle économique qui permet de financer nos produits et services grâce à une publicité harmonieusement intégrée dans le paysage urbain.*

En tant que n°1 de la communication extérieure dans le monde et au Moyen-Orient, nous nous mobilisons afin que Dubaï devienne la vitrine de notre capacité à déployer les technologies les plus innovantes et les formats les plus créatifs, pour le plus grand bénéfice des villes, des citoyens, des annonceurs et de leurs marques. »

Chiffres clés du Groupe

- Chiffre d'affaires 2016 : 3 393m€
- JCDecaux est coté sur l'Eurolist d'Euronext Paris et fait partie des indices Euronext 100 et Euronext Family Business
- JCDecaux fait partie des indices FTSE4Good et Dow Jones Sustainability Europe
- N°1 mondial du mobilier urbain (559 070 faces publicitaires)
- N°1 mondial de la publicité dans les transports avec plus de 220 aéroports et 260 contrats de transport dans les métros, bus, trains et tramways (354 680 faces publicitaires)
- N°1 européen de l'affichage grand format (169 860 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Europe (721 130 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Asie-Pacifique (219 310 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Amérique Latine (70 680 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Afrique (29 820 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure au Moyen-Orient (16 230 faces publicitaires)
- N°1 mondial du vélo en libre-service : pionnier de la mobilité douce
- 1 117 890 faces publicitaires dans plus de 75 pays
- Une présence dans 4 280 villes de plus de 10 000 habitants
- Audience quotidienne : plus de 410 millions de personnes
- 13 030 collaborateurs

Direction de la Communication : Agathe Albertini

01 30 79 34 99 – agathe.albertini@jcdecaux.com

Relations Investisseurs : Arnaud Courtial

01 30 79 79 93 – arnaud.courtial@jcdecaux.com