

JCDecaux 2011 : Evolutions, Innovations et Perspectives

JCDecaux SA (Euronext Paris : DEC), numéro un de la Communication Extérieure en Europe et en Asie-Pacifique, numéro deux mondial a présenté aujourd'hui devant près de 200 représentants du marché publicitaire, annonceurs et agences médias, les évolutions, innovations et perspectives 2011.

Evolutions

2010, le retour de la croissance avec une reprise du marché publicitaire au 1^{er} semestre.

Après une année 2009 atypique en France, le plurimédia réalise une progression de 4,6%. La Communication Extérieure quant à elle, gagne 7,3% par rapport aux autres grands médias.

Avec une croissance soutenue sur les 6 premiers mois, JCDecaux conforte sa place de numéro 1 de la Communication Extérieure en France et son statut de media stratégique pour les marques avec un chiffre d'affaires en hausse de 9,4% grâce à 3 facteurs clés de succès :

- la créativité media
- la créativité événementielle
- la créativité publicitaire

Innovations



2010, JCDecaux invente l'@ffiche avec le lancement de

U snap : Une application exclusive, destinée au grand public et disponible sur l'iPhone, qui s'appuie sur une technologie éprouvée de reconnaissance d'images. Cette application très innovante permet aujourd'hui aux marques et aux collectivités de proposer des contenus digitaux, à partir d'une simple photo d'une affiche prise avec un iPhone.

U snap by JCDecaux est une innovation qui enrichit très fortement l'univers de la Communication Extérieure et repousse ses frontières tant les possibilités d'utilisation de cette nouvelle technologie sont déclinables à l'infini.

JCDecaux démontre une nouvelle fois sa forte capacité d'innovation et sa volonté d'enrichir de manière structurante, l'univers de la Communication Extérieure.

Un lancement particulièrement bien rythmé :

Du 13 au 20 octobre : un grand concours urbain pour faire connaître et encourager le public à télécharger U snap. Pour participer, il suffit de prendre en photo les visuels des 3 annonceurs partenaires et laisser son email pour un tirage au sort.

Les annonceurs partenaires : NUXE, Matmut et Quick.

A partir du 20 octobre : lancement des premières campagnes interactives avec : **Lancôme, Réunion des Musées Nationaux, Gaumont et Carrefour...**

Orientations et Perspectives

L'offre JCDecaux 2011 se caractérise par des concepts efficaces, innovants et pérennes dont les maîtres mots sont plus que jamais d'actualité (transversalité des campagnes, puissance, affinité et ciblage).

L'objectif majeur de JCDecaux : répondre aux attentes du marché pour couvrir toutes les stratégies de marques.

Pour cela :

- **les fondamentaux sont renforcés** : orientation autour de la grande consommation en Mobilier Urbain 2m² avec Urban Cover et Urban Conso **et optimisés** : avec encore plus de puissance et d'émergence pour le Grand Format,
- **des innovations stratégiques sont lancées** (U snap)
- **et la communication en Aéroport entre dans une nouvelle ère** plus innovante et événementielle.

Albert Asséraf, Directeur Général Stratégie, Etudes et Marketing, a déclaré :
« L'année 2010 marque le retour à la croissance avec la reprise du marché publicitaire. Cette année nous a permis de conforter la pertinence de nos offres innovantes lancées l'an dernier, de renforcer nos fondamentaux et d'innover avec le lancement de U snap ».

Isabelle Schlumberger, Directeur Général Commerce et Développement, a déclaré : « Pour 2011, l'offre JCDecaux s'articule autour de 6 axes forts : émergence, compétitivité, souplesse, valeur ajoutée, transversalité et interactivité, qui répondront à toutes les attentes de nos clients, annonceurs comme agences médias ».

Chiffres clés du Groupe JCDecaux

- Chiffre d'affaires 2009 : 1 918,8 M€, CA 1^{er} semestre: 1 110,6M€
- JCDecaux est coté sur l'Eurolist d'Euronext Paris et fait partie des indices Euronext 100, Dow Jones Sustainability et FTSE4Good
- N°1 mondial du mobilier urbain (428 000 faces publicitaires)
- N°1 mondial de la publicité dans les transports avec 163 aéroports et plus de 300 contrats de transport dans les métros, bus, trains et tramways (380 200 faces publicitaires)
- N°1 européen de l'affichage grand format (230 500 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Asie-Pacifique (239 600 faces publicitaires)
- N°1 mondial du vélo en libre service
- 1 040 600 faces publicitaires dans 55 pays
- Une présence dans 3 500 villes de plus de 10 000 habitants
- 9 940 collaborateurs

Contacts

Direction de la Communication : Agathe Albertini

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

Relations Investisseurs : Martin Sabbagh

01 30 79 79 93 – martin.sabbagh@jcdecaux.fr

JCDecaux SA

Siège Social : 17, rue Soyer - 92200 Neuilly-sur-Seine - France - Tél. : +33 (0)1 30 79 79 79

Royaume-Uni : 991 Great West Road, Brentford - Middlesex TW8 9DN - Tél. : +44 (0) 208 326 7777

www.jcdecaux.com

Société Anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance au capital de 3 374 926,68 euros - 307 570 747 RCS Nanterre - FR 44307570747