

JCDecaux remporte un contrat publicitaire de 280 M€ (plus de 314 millions d'euros) avec Network Rail

Une première mondiale pour un environnement de transport 100 % digital

Paris, le 13 septembre 2018 – JCDecaux SA (Euronext Paris : DEC) et Network Rail ont signé un contrat de cinq ans dans le cadre duquel le numéro un mondial de la communication extérieure fournira aux gares de Network Rail un environnement optimisé 100 % digital.

Ce partenariat permettra aux gares gérées par Network Rail de devenir les premières au monde à bénéficier d'un environnement entièrement digital, avec l'implantation d'écrans digitaux innovants. Ce contrat, remporté dans le cadre d'un appel d'offres, couvre la publicité des plateformes de transport situées dans l'ensemble du Royaume-Uni, y compris celles de Birmingham New Street, Glasgow Central, London Liverpool Street, London Victoria, London Waterloo et Manchester Piccadilly.

Effectif à partir de décembre 2018, ce nouveau contrat apportera à Network Rail un revenu significatif qui pourra être réinvesti dans les structures ferroviaires, contribuant ainsi au programme d'amélioration des chemins de fer (*Railway Upgrade Plan*). Il fournira également des prestations supplémentaires aux usagers des gares, tels que des écrans d'information interactifs, procurant aux passagers et aux stations de meilleures indications sur la gare où ils se trouvent et comment s'y orienter.

Depuis le début du partenariat entre Network Rail et JCDecaux en 2010, le plus grand écran publicitaire *indoor* d'Europe a été installé à la station de Waterloo à Londres, la gare de London Bridge a été équipée de grands écrans animés, et de spectaculaires campagnes immersives ont été déployées, comme récemment celle de *Jurassic World* à la station King's Cross à Londres, avec l'installation d'un T-Rex géant dans son hall. Nombre de ces campagnes ont été menées au sein de gares emblématiques, sans perturber le fonctionnement intense de ces stations très fréquentées tout en divertissant le public.

Le nombre de passagers a doublé depuis 1997-98 (source : ORR) et devrait encore doubler d'ici 2040 (source : Rail Delivery Group 2016). La transition vers une offre entièrement digitalisée dans les gares de Network Rail devrait multiplier par deux le nombre de publicités digitales vues chaque semaine, soulignant l'audience phénoménale de ces gares.

David Biggs, Directeur Général de Network Rail Property, a déclaré : « *Notre nouveau contrat avec JCDecaux est une excellente nouvelle, aussi bien pour les passagers que pour les annonceurs. Chaque année, 900 millions de trajets commencent, traversent ou aboutissent dans les gares gérées par Network Rail, rendant leur environnement extrêmement attractif pour les marques qui souhaitent déployer des campagnes publicitaires.*

En travaillant avec des partenaires pour améliorer les actifs publicitaires et commerciaux des stations, Network Rail souhaite créer des environnements haut-de-gamme qui surprennent et séduisent ses clients, tout en générant des revenus indispensables pour réinvestir dans les structures ferroviaires et réduire les charges des contribuables. Nous sommes extrêmement satisfaits du retour positif des passagers sur les expériences

publicitaires innovantes que nous avons déployées avec JCDecaux au cours des dernières années et nous nous réjouissons de l'extension de notre partenariat, qui nous permettra de proposer encore plus de campagnes de ce type. »

Jean-François Decaux, Co-Directeur Général de JCDecaux, a déclaré : « *Nous sommes heureux d'avoir remporté ce contrat et de poursuivre notre partenariat fructueux, commencé en 2010, avec Network Rail. Avec une très forte fréquentation dans les plus grandes villes du Royaume-Uni, les gares gérées par Network Rail représentent une formidable et puissante plateforme. Pour la première fois au monde, JCDecaux digitalisera l'ensemble du portefeuille publicitaire de Network Rail, révolutionnant ainsi notre capacité à cibler le passager durant tout son trajet, de son arrivée à la gare jusqu'à sa destination de shopping ou professionnelle. Les gares gérées par Network Rail continueront à être une vitrine de la créativité et de l'expertise digitale de la communication extérieure, ainsi qu'un environnement incontournable pour les meilleures et les plus grandes campagnes expérimentales. »*

Chiffres clés de JCDecaux

- Chiffre d'affaires 2017 : 3 493m€*, chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2018 : 1 643m€
- 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 (543 050 faces publicitaires)
- N°1 mondial de la publicité dans les transports avec plus de 215 aéroports et 250 contrats de transport dans les métros, bus, trains et tramways (356 320 faces publicitaires)
- N°1 européen de l'affichage grand format (141 630 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Europe (672 220 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Asie-Pacifique (216 290 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Amérique Latine (77 190 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Afrique (26 770 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure au Moyen-Orient (18 650 faces publicitaires)
- Leader dans le vélo en libre-service : pionnier de la mobilité douce
- 1 074 113 faces publicitaires dans plus de 80 pays
- Une présence dans 4 033 villes de plus de 10 000 habitants
- 13 040 collaborateurs

* Retraité de l'application rétrospective d'IFRS 15, applicable au 1^{er} janvier 2018

Direction de la Communication : Agathe Albertini
+33 (0)1 30 79 34 99 – agathe.albertini@jcdecaux.com
Relations Investisseurs : Arnaud Courtial
+33 (0)1 30 79 79 93 – arnaud.courtial@jcdecaux.com