

Destination Aéroport du futur...

Paris, 4 octobre 2011 - JCDecaux Airport Paris, la nouvelle entreprise commune détenue à 50/50 par Aéroports de Paris et JCDecaux, vient de présenter sa première offre publicitaire résolument orientée vers le futur. Afin de répondre aux objectifs des marques, JCDecaux Airport Paris a développé et va déployer à partir du 1^{er} janvier 2012 des moyens exceptionnels, conjuguant des formes d'expression et des supports digitaux à la pointe des nouvelles technologies. JCDecaux Airport Paris a pour objectif de faire des Aéroports de Paris l'une des plateformes aéroportuaires mondiales les plus performantes et innovantes en matière de publicité et de communication.

Pour porter cet objectif, JCDecaux Airport Paris présente un concept inédit : le *Brand Experience System* qui permet d'offrir aux passagers de nouvelles expériences de marques, génératrices d'impact, d'adhésion et d'enthousiasme. Le *Brand Experience System*, c'est :

- **un Parcours Initiatique** : la progression des messages multimédia dans le parcours du passager, grâce aux 400 écrans 70" implantés de façon homogène au sein des Aéroports de Paris.
- **un Choc Esthétique** : une présence monumentale et créatrice d'émotions à travers des fresques digitales, des écrans géants, dont un écran digital de 39m² (première européenne en aéroport), des totems (design Patrick Jouin), des *Giant Light Box* et des toiles événementielles.
- **une Shopping Experience** : le produit en majesté décliné grâce au *Shopping Digital* (actualisation des messages en temps réel et offres promotionnelles), aux *Giant Light Box* (à l'entrée et à l'intérieur de la zone boutique), à l'Adhésivage (intégration parfaite à proximité des boutiques) et aux Stands (espaces d'animation).
- **une Participation Digitale** : un dialogue en temps réel avec les Fresques Digitales Interactives.
- **des Services Utiles** : Aéo et les espaces serviciels pour des informations pratiques, des contenus ludiques, de l'actualité,...
- **une Surprise Positive** : Quand la marque crée un événement d'exception à l'emplacement de son choix.

Le *Brand Experience System* ouvre de toutes nouvelles perspectives pour la communication des Marques en aéroports. Il combine la communication en temps réel et l'information géolocalisée : les annonceurs peuvent, entre autres, s'adresser aux passagers aériens dans leur langue en zones arrivée et départ. Les atouts majeurs du *Brand Experience System* sont l'exclusivité, l'affinité et la modularité.

Afin de magnifier cette offre unique dans l'univers aéroportuaire, JCDecaux Airport Paris a fait appel à l'architecte designer Patrick Jouin, qui a mis son talent et sa sensibilité dans la création des totems et des mobiliers digitaux, véritables écrans pour sublimer les marques. Aéroports de Paris devient ainsi la vitrine des savoir-faire de JCDecaux Airport Paris en matière de leviers de communication et de technologie proposés.

François Rubichon, Directeur Général Délégué d'Aéroports de Paris et Président de JCDecaux Airport Paris a déclaré : « Ce partenariat signé avec JCDecaux est une étape supplémentaire dans l'amélioration de la qualité de service que nous devons à nos passagers. En leur offrant de nouveaux supports publicitaires, plus modernes, plus interactifs, plus esthétiques, nous contribuons à dessiner l'aéroport du futur. En unissant nos talents avec ceux de JCDecaux, Aéroports de Paris va offrir à tous ses passagers, une expérience exceptionnelle de publicité et de communication, radicalement nouvelle et interactive ».

Jean-Charles Decaux, Codirecteur Général de JCDecaux, a déclaré : « *Les Aéroports de Paris sont des lieux uniques d'échange et de mobilité. Ils constituent un territoire à forte valeur ajoutée, statutaire et haut de gamme, au sein duquel la perception des marques est valorisée et valorisante. Cette nouvelle offre publicitaire résolument orientée vers le futur, à la pointe des nouvelles technologies et qui incarne véritablement l'aéroport de demain, est en adéquation avec les attentes des annonceurs. Elle s'appuie sur une expérience de marque inédite structurée autour du Brand Experience System. En tant que numéro 1 mondial de la communication extérieure dans les aéroports, notre mission est d'accompagner nos clients dans cette nouvelle ère numérique en répondant à tous leurs objectifs de communication, de visibilité et de développement commercial.* »

A propos d'Aéroports de Paris

Aéroports de Paris construit, aménage et exploite des plates-formes aéroportuaires parmi lesquelles Paris-Charles de Gaulle, Paris-Orly et Paris-Le Bourget. Avec 83,4 millions de passagers accueillis en 2010, Aéroports de Paris est le 2^{ème} groupe aéroportuaire européen pour le trafic de passagers et le 1^{er} pour le fret et le courrier.

Bénéficiant d'une situation géographique exceptionnelle et d'une forte zone de chalandise, le Groupe poursuit une stratégie de développement de ses capacités d'accueil et d'amélioration de sa qualité de services et entend développer les commerces et l'immobilier. En 2010, le chiffre d'affaires du Groupe s'est élevé à 2 739 millions d'euros et le résultat net à 300 millions d'euros.

JCDecaux est numéro un mondial de la communication extérieure. Le Groupe est également le numéro un mondial de la publicité dans les aéroports avec une présence dans 184 aéroports, 18 pays et sur les grandes plateformes aéroportuaires internationales dont Paris, Londres, Francfort, New York, Los Angeles, Dallas, Hong Kong, Shanghai, Pékin et Singapour.



Écran digital 70" Full HD
Design Patrick Jouin



Écran digital 70" Full HD sur mât
Design Patrick Jouin

Citation originale JCDecaux - Design Patrick Jouin

Aéroports de Paris - www.aeroportsdeparis.fr
Contact presse : Christine d'Argentré +33 1 43 35 70 70
Relations investisseurs : Vincent Bouchery +33 1 43 35 70 35

JCDecaux - www.jcdecaux.com
Contact presse : Agathe Albertini + 33 1 30 79 34 99
Relations Investisseurs : Nicolas Buron + 33 1 30 79 79 93