

JCDecaux renouvelle le contrat des 2 000 abribus publicitaires de la ville de Paris pour une durée de 15 ans

Communication Extérieure

Afrique du Sud
Algérie
Allemagne
Arabie Saoudite
Argentine
Australie
Autriche
Azerbaïdjan
Belgique
Brésil
Bulgarie
Cameroun
Canada
Chili
Chine
Corée
Croatie
Danemark
Emirats Arabes Unis
Espagne
Estonie
Etats-Unis
Finlande
France
Hongrie
Inde
Irlande
Islande
Israël
Italie
Japon
Kazakhstan
Lettonie
Lituanie
Luxembourg
Malaisie
Norvège
Oman
Ouzbékistan
Pays-Bas
Pologne
Portugal
Qatar
République Tchèque
Royaume-Uni
Russie
Singapour
Slovaquie
Slovénie
Suède
Suisse
Thaïlande
Turquie
Ukraine
Uruguay

Paris, le 17 décembre 2013 - JCDecaux SA (Euronext Paris : DEC), numéro un mondial de la communication extérieure, annonce qu'à l'issue du vote du Conseil de Paris de ce jour, SOPACT (filiale à 100 % de JCDecaux) a remporté, suite à un appel d'offres, le contrat des abribus publicitaires de la ville de Paris (2 243 800 habitants intra-muros) pour une durée de 15 ans.

JCDecaux va remplacer l'ensemble de son parc de 1 920 abribus (dont 189 non publicitaires) par 2 000 abribus conçus par le designer Marc Aurel. Présentant une structure épurée, ils seront équipés d'une toiture claire inspirée de la forme des îles de la Seine et des feuilles des arbres parisiens. Sont également prévues de nouvelles assises et une signalétique innovante pouvant être intégrée ou non au mobilier.

Ces abribus modulaires proposeront aux citoyens des nouveaux services tels que des plans de quartier et une signalétique pour les piétons, une information en temps réel des horaires de passage des bus visible depuis l'extérieur de l'abribus, des prises USB universelles, une nouvelle fonction « arrêt demandé » pour signaler au bus que l'on souhaite le prendre, un rétroéclairage la nuit de toutes les informations (noms des lignes et des arrêts, plans, etc) et, pour les malvoyants, des étiquettes tactiles permettant de reconnaître les lignes desservies ainsi qu'un système d'annonces vocales. Une centaine d'abribus sera par ailleurs équipée d'écrans numériques tactiles 32 pouces mettant à disposition des informations et services géolocalisés par quartier.

En cohérence avec sa politique de développement durable, JCDecaux a conçu cette offre pour réaliser des économies d'énergie de 34,9 %, supérieures aux 30 % exigés par le Plan Climat. De plus, cent abribus seront équipés de panneaux photovoltaïques.

Jean-Charles Decaux, Codirecteur Général de JCDecaux, a déclaré : « *Nous sommes très heureux que la ville de Paris ait choisi de nous renouveler sa confiance. Ce contrat emblématique marque la ré-invention de l'abribus dans l'univers urbain. Parce qu'il est l'un des mobiliers les plus présents dans la ville par sa dimension et son nombre, il y avait là un enjeu capital, celui de définir un nouvel espace public, juste solution entre patrimoine et modernité, à la hauteur de l'élégance parisienne.*

En offrant plus de confort et des services innovants aux citoyens tout en consommant moins d'énergie, notre ambition est de continuer à faire de Paris une ville en pointe en termes de mobilier urbain publicitaire et de services associés. Nous sommes fiers d'avoir proposé une création française de grande qualité conçue avec l'ensemble de nos équipes qui se sont investies pour répondre avec justesse et créativité, grâce à des solutions techniques originales, aux évolutions des usages dans l'univers urbain.

Ce programme a pour vocation de devenir La référence mondiale en matière d'abribus, 50 ans après l'invention du concept d'abribus publicitaire par Jean-Claude Decaux. »

Chiffres clés du Groupe

- Chiffre d'affaires 2012 : €2 623m ; CA des 9 premiers mois 2013 : €1 895,1m
- JCDecaux est coté sur l'Eurolist d'Euronext Paris et fait partie de l'indice Euronext 100
- N°1 mondial du mobilier urbain (434 700 faces publicitaires)
- N°1 mondial de la publicité dans les transports avec plus de 150 aéroports et plus de 280 contrats de transport dans les métros, bus, trains et tramways (358 100 faces publicitaires)
- N°1 européen de l'affichage grand format (199 600 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Asie-Pacifique (205 000 faces publicitaires)
- N°1 mondial du vélo en libre-service
- 1 002 800 faces publicitaires dans plus de 55 pays
- Une présence dans 3 700 villes de plus de 10 000 habitants
- 10 484 collaborateurs

Direction de la Communication : Agathe Albertini

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

Relations Investisseurs : Nicolas Buron

01 30 79 79 93 – nicolas.buron@jcdecaux.fr