

JCDecaux connecte 100 % de son inventaire DOOH au programmatique dans 9 marchés d'Amérique Latine

Communication Extérieure

Afrique du Sud
Allemagne
Angola
Arabie Saoudite
Australie
Autriche
Bahreïn
Belgique
Botswana
Brésil
Bulgarie
Cameroun
Canada
Chili
Chine
Colombie
Corée du Sud
Costa Rica
Côte d'Ivoire
Croatie
Danemark
Émirats Arabes Unis
Équateur
Espagne
Estonie
Eswatini
États-Unis
Finlande
France
Gabon
Guatemala
Honduras
Hongrie
Inde
Irlande
Israël
Italie
Japon
Jordanie
Kazakhstan
Lesotho
Lettonie
Lituanie
Luxembourg
Malawi
Maurice
Mexique
Mongolie
Mozambique
Myanmar
Namibie
Nicaragua
Nigéria
Norvège
Nouvelle-Zélande
Oman
Ouzbékistan
Panama
Paraguay
Pays-Bas
Pérou
Pologne
Portugal
Qatar
République Dominicaine
République Tchèque
Royaume-Uni
Salvador
Singapour
Slovaquie
Slovénie
Suède
Suisse
Tanzanie
Thaïlande
Ukraine
Uruguay
Zambie
Zimbabwe

Paris, le 20 juillet 2026 – JCDecaux SE (Euronext Paris : DEC), numéro un mondial de la communication extérieure, lance son offre programmatique Digital Out-of-Home (pDOOH) dans 9 marchés latino-américains – Panama, Costa Rica, Guatemala, Salvador, Honduras, Nicaragua, République Dominicaine, Équateur et Paraguay – renforçant son engagement pour l'innovation et la digitalisation de la communication extérieure dans la région. Le Digital Out-of-Home (DOOH) est actuellement l'un des médias en plus forte croissance dans le monde et l'OOH a des parts de marché en forte progression en Amérique Latine dépassant même la télévision dans certains pays.

Grâce à cette nouvelle offre, les marques et leurs agences peuvent planifier, acheter et optimiser leurs campagnes sur l'inventaire digital de JCDecaux de manière automatisée, avec plus de précision, de flexibilité et d'efficacité. Cette solution programmatique couvre un large réseau de médias digitaux de haute qualité et à forte couverture – en environnement urbain, dans les transports (métro et aéroports) et dans les centres-commerciaux – permettant aux annonceurs de toucher des audiences de masse comme des audiences finement segmentées dans les principales villes et pôles économiques de la région.

Le programmatique DOOH permet d'adapter la communication au parcours client, aux comportements des audiences et aux objectifs spécifiques de chaque campagne, augmentant ainsi la pertinence de chaque impression publicitaire et améliorant l'efficacité média. Pour les annonceurs et les agences, cette offre simplifie l'intégration du DOOH dans les processus existants de planning et d'achat, en apportant transparence et indicateurs comparables aux autres médias digitaux.

Cette étape clé permet désormais à JCDecaux de proposer l'achat pDOOH dans 100 % des pays où l'entreprise opère en Amérique Latine, sur un inventaire de plus de 4 600 écrans digitaux délivrant en moyenne 8,2 milliards d'impressions par mois. Avec cette couverture, les marques peuvent développer rapidement leur portée et leur répétition, et intégrer en toute fluidité l'OOH à leurs stratégies omnicanales.

L'inventaire programmatique de JCDecaux dans la région est accessible par le biais de VIOOH, la Supply-Side Platform (SSP) premium de référence à l'échelle mondiale dédiée au DOOH, intégrée à plus de 50 Demand-Side Platforms (DSP) dans le monde, dont Displayce et d'autres partenaires majeurs. Avec Displayce, disponible dans 79 pays, et VIOOH combinés, JCDecaux propose une suite Adtech complète et intégrée, ouverte aux tiers et couvrant l'ensemble de la chaîne de valeur, positionnant l'entreprise comme un partenaire de référence pour des campagnes plus puissantes, plus flexibles et plus contextualisées.

Nicolas de Tapol, Directeur Général Amérique Centrale, Amérique du Sud et Caraïbes de JCDecaux, a déclaré : « *Aujourd'hui, les annonceurs recherchent flexibilité, granularité et résultats. Notre offre programmatique via VIOOH et ses connexions DSP leur permet de mener des campagnes basées sur des données d'audience et des contextes spécifiques, avec l'impact de la communication extérieure et l'agilité du digital.* »

Gavin Wilson, Global Chief Commercial Officer chez VIOOH, a déclaré : « *Nous sommes fiers d'être à l'avant-garde de l'évolution de l'OOH et de contribuer au renforcement des stratégies digitales multicanales grâce à la technologie programmatique et à la data. Nous nous réjouissons de l'extension de l'offre pDOOH de JCDecaux en Amérique Latine.* »

JCDecaux SE

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

Royaume-Uni : 27 Sale Place - London W2 1YR - Tél. : +44 (0)20 7298 8000

www.jcdecaux.com

Société Européenne à Directoire et Conseil de Surveillance au capital de 3 264 372,84 euros - 307 570 747 RCS Nanterre - FR 44307570747

Jean-Charles Decaux, Président du Directoire et Co-Directeur général de JCDecaux, a déclaré : « *Le déploiement du programme dans notre portefeuille latino-américain marque une nouvelle étape et confirme le leadership de JCDecaux dans le DOOH. A travers notre suite AdTech unique, nous souhaitons apporter les meilleures solutions de communication extérieure aux annonceurs et à leurs agences. En combinant VIOOH et Displayce, nous apportons aux annonceurs des solutions intégrées, ouvertes et évolutives qui rendent leurs campagnes plus impactantes et plus mesurables.* »

Chiffres clés de JCDecaux

- Chiffre d'affaires 2025 : 3 967,1 millions d'euros
- N°1 mondial de la communication extérieure
- Une audience journalière de 850 millions de personnes dans 79 pays
- 1 105 906 faces publicitaires dans le monde
- Une présence dans 3 895 villes de plus de 10 000 habitants
- 11 894 collaborateurs
- JCDecaux est coté sur l'Eurolist d'Euronext Paris et fait partie des indices SBF 120 et CAC Mid 60
- La trajectoire de réduction carbone Groupe de JCDecaux a été validée par le SBTi et l'entreprise a rejoint l'indice Euronext Paris CAC® SBT 1,5°
- JCDecaux est référencé en matière de performance extra-financière dans les classements CDP (Liste A), MSCI (AAA), Sustainalytics (11,1) et classé Or par EcoVadis
- Membre du Global Compact ONU depuis 2015 et du RE100 depuis 2019
- Leader dans le vélo en libre-service : pionnier de la mobilité douce
- N°1 mondial du mobilier urbain (636 625 faces publicitaires)
- N°1 mondial de la publicité dans les transports avec 154 aéroports et 257 contrats de transport dans les métros, bus, trains et tramways (374 718 faces publicitaires)
- N°1 européen de l'affichage grand format (94 562 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Europe (740 067 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Asie-Pacifique (168 815 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Amérique Latine (103 865 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Afrique (31 364 faces publicitaires)
- N°2 de la communication extérieure au Moyen-Orient (20 852 faces publicitaires)

Pour plus d'information : www.jcdecaux.com

Retrouvez-nous sur [X](#), [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#) et [YouTube](#)

Direction de la Communication : Clémentine Prat

+33 (0) 1 30 79 79 10 – clementine.prat@jcdecaux.com

Relations Investisseurs : Rémi Grisard

+33 (0) 1 30 79 79 93 – remi.grisard@jcdecaux.com