

Après la France et la Belgique, JCDecaux signe un contrat avec le Groupe Carrefour Brésil pour apporter le meilleur du Digital Out-of-Home (DOOH) au Retail Media

Communication Extérieure

Afrique du Sud
Allemagne
Angola
Arabie Saoudite
Australie
Autriche
Azerbaïdjan
Bahreïn
Belgique
Botswana
Brésil
Bulgarie
Cameroun
Canada
Chili
Chine
Colombie
Corée du Sud
Costa Rica
Côte d'Ivoire
Croatie
Danemark
Emirats Arabes Unis
Equateur
Espagne
Estonie
Eswatini
Etats-Unis
Finlande
France
Gabon
Guatemala
Honduras
Hongrie
Inde
Irlande
Israël
Italie
Japon
Kazakhstan
Lesotho
Lettonie
Lituanie
Luxembourg
Madagascar
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 26 avril 2023 – JCDecaux SE (Euronext Paris : DEC), numéro un mondial de la communication extérieure, annonce la signature d'un contrat avec le Groupe Carrefour Brésil - le plus grand distributeur du pays - portant sur une offre de Retail Media DOOH, enrichie par l'analyse des données. Cette nouvelle activité renforce l'expertise de JCDecaux au Brésil, qui propose la plus grande offre nationale de mobilier urbain, avec plus de 18 000 faces publicitaires positionnées stratégiquement dans 11 grandes villes.

A partir du second semestre 2023, 300 nouveaux écrans seront progressivement installés dans 90 hypermarchés, situés dans les Etats de São Paulo, Rio de Janeiro, District Fédéral, Minas Gerais, Paraná, Rio Grande do Sul et Goiás. Outre le renforcement de la présence de JCDecaux dans le Sud-Est et son entrée sur un nouveau segment d'activité, ce partenariat marque également l'implantation de l'entreprise dans les grandes villes du Sud et du Centre-Ouest, permettant à JCDecaux de mailler les territoires les plus contributifs au PIB national.

Cette nouvelle offre de Retail Media DOOH, reposant sur la qualification des audiences, vise à améliorer le parcours client. Elle offrira les meilleurs standards internationaux en matière de publicité Out-Of-Home pour le commerce de détail et la grande consommation, grâce aux solutions Data de JCDecaux qui permettent aux annonceurs de planifier les campagnes, engager les audiences et mesurer les performances pour obtenir les meilleurs résultats.

L'offre démontre également la capacité d'innovation de JCDecaux au Brésil en proposant un écosystème vertueux pour le distributeur, les marques et le consommateur, fondé sur l'analyse quotidienne des données transactionnelles anonymisées des magasins. Croisées avec d'autres données, telles que le trafic du métro et les flux autour du mobilier urbain, JCDecaux proposera ainsi une combinaison de data pertinentes pour les annonceurs, gérées dans une approche Data as a service (DaaS), leur permettant de réaliser des campagnes toujours plus efficaces.

Avec ce nouveau contrat, JCDecaux renforce son offre de Retail Media DOOH, déjà déployée dans d'autres pays du Groupe : en France, notamment dans les enseignes de proximité Carrefour et dans les grands magasins parisiens ; en Belgique, principalement dans les 100 plus grands magasins de proximité Carrefour ; et pour un distributeur au Royaume-Uni. Au Brésil, comme dans ces pays, JCDecaux proposera des solutions Retail Media DOOH couvrant toutes les étapes de la chaîne de valeur : conception, installation et maintenance des écrans numériques ; sélection des emplacements pour une audience maximisée et qualitative ; media planning et commercialisation des espaces publicitaires ; diffusion des campagnes ; analyse post-campagnes et performances de conversion.

Sam James, Chief Digital Officer du Groupe Carrefour Brésil, a déclaré : « Pour le Groupe Carrefour Brésil, la signature d'un contrat avec JCDecaux est une nouvelle initiative en faveur de la transformation digitale que nous souhaitons accélérer au cours des cinq prochaines années. Nous allons apporter un nouveau canal media, le DOOH, à notre réseau d'hypermarchés, jusqu'ici inexploré. »

Cristiana Leal, Directrice Retail Media & Data Monétisation du Groupe Carrefour Brésil, a également déclaré : « Ce projet DOOH pour nos hypermarchés vient compléter notre stratégie Retail Media. Doter nos galeries marchandes de médias numériques est une étape supplémentaire dans la digitalisation du parcours d'achat en magasin, permettant d'adresser efficacement des messages publicitaires aux consommateurs dans un moment affinitaire. Ce partenariat ne pouvait se faire qu'avec JCDecaux ».

Ana Célia Biondi, Directrice Générale de JCDecaux Brésil, a déclaré : « Il s'agit d'une étape sans précédent qui marque l'expansion de JCDecaux dans le pays. En proposant un canal

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

media supplémentaire au service des différentes stratégies publicitaires, nous apportons la première solution Retail Media pilotée à 100% par des données permettant d'entrer en conversation avec les habitants et les visiteurs. Désormais, nous pourrions accompagner les audiences sur tous leurs parcours et itinéraires et définir de manière unique des campagnes personnalisées. C'est avec ce type de solutions, fondées sur des données qualitatives, que nous faciliterons la prise de décision. »

Jean-Charles Decaux, Président du Directoire et Co-Directeur Général de JCDecaux, a déclaré : « *Nous nous réjouissons de renforcer notre partenariat avec Carrefour au Brésil, après avoir déployé nos solutions de Retail Media DOOH, enrichies par la donnée, dans les magasins de l'enseigne en France et en Belgique. Nos solutions DOOH et data-driven démontrent toute leur pertinence dans l'écosystème multicanal de ce leader mondial du commerce alimentaire. Les points de passage numériques comme physiques sont autant d'environnements où les annonceurs peuvent communiquer au plus près de l'acte d'achat. Le DOOH est une solution efficace, parce qu'elle déploie des campagnes fondées sur les données transactionnelles, géolocalisées et contextualisées, développant la réceptivité et dynamisant les ventes. Conformément à nos engagements responsables, JCDecaux proposera les écrans les plus performants en matière de qualité, d'énergie et de durée de vie, à l'instar des solutions numériques que nous déployons au Brésil et dans nos autres marchés. »*

Chiffres clés de JCDecaux

- Chiffre d'affaires 2022 : 3 317 m€ ^(a)
 - N°1 mondial de la communication extérieure
 - Une audience journalière de plus de 850 millions de personnes dans plus de 80 pays
 - 1 040 132 faces publicitaires dans le monde
 - Une présence dans 3 573 villes de plus de 10 000 habitants
 - 11 200 collaborateurs
 - JCDecaux est coté sur l'Eurolist d'Euronext Paris et fait partie des indices Euronext 100 et Euronext Family Business
 - JCDecaux est référencé en matière de performance extra-financière dans les classements FTSE4Good (3,6/5), CDP (Liste A-), MSCI (AA) et classé Platine par EcoVadis
 - 1^{ère} entreprise de Communication Extérieure ayant rejoint RE100
 - Leader dans le vélo en libre-service : pionnier de la mobilité douce
 - N°1 mondial du mobilier urbain (604 536 faces publicitaires)
 - N°1 mondial de la publicité dans les transports avec 153 aéroports et 205 contrats de transport dans les métros, bus, trains et tramways (333 620 faces publicitaires)
 - N°1 européen de l'affichage grand format (101 976 faces publicitaires dans le monde)
 - N°1 de la communication extérieure en Europe (654 957 faces publicitaires)
 - N°1 de la communication extérieure en Asie-Pacifique (170 973 faces publicitaires)
 - N°1 de la communication extérieure en Amérique Latine (129 305 faces publicitaires)
 - N°1 de la communication extérieure en Afrique (24 198 faces publicitaires)
 - N°1 de la communication extérieure au Moyen-Orient (19 371 faces publicitaires)
- (a) Chiffre d'affaires ajusté

Pour plus d'information : www.jcdecaux.com.

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

Direction de la Communication : Albert Asséraf

01 30 79 79 10 – albert.asseraf@jcdecaux.com

Relations Investisseurs : Rémi Grisard

01 30 79 79 93 – remi.grisard@jcdecaux.com

A propos du Groupe Carrefour Brésil

Présent dans le pays depuis 47 ans, le Groupe Carrefour Brésil est le leader de la distribution alimentaire. A partir d'une plateforme omnicanale et multiformat, il fédère les activités de distribution et Cash & Carry, le club de Shopping avec le Sam's Club, ainsi Banco Carrefour et son pôle immobilier, Carrefour Property. Actuellement, il a les formats Carrefour (hypermarché), Carrefour Bairro, Carrefour Market (supermarché), Carrefour Express (commerce de proximité), Carrefour.com (e-commerce), Atacadão et Maxxi (commerce de gros et en libre-service), Sam's Club (ventes privées), TodoDia (supermarché discount), Bompreço et Nacional (supermarchés), en plus des stations-service et des pharmacies. Présent dans tous les États et dans le District Fédéral, son exploitation couvre déjà plus d'un millier de points de vente. Premier employeur privé du pays, l'entreprise la deuxième opération parmi les pays dans lesquels le groupe Carrefour opère et l'une des 20 plus grandes entreprises cotées à la bourse brésilienne (B3). Cliquez [ici](#) pour en savoir plus sur le Groupe.