

JCDecaux installe des abribus à toit photovoltaïque pour Roland-Garros

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

Paris, le 31 mai 2018 – JCDecaux, partenaire de Roland-Garros depuis plusieurs décennies et fournisseur officiel du tournoi, a installé, pour la quinzaine, trois abribus à toit photovoltaïque. Ces abribus solaires autonomes sont équipés d'un toit photovoltaïque qui produit suffisamment d'énergie pour alimenter, durant la nuit, le caisson d'affichage et l'éclairage LED du plafonnier. En proposant cette solution à la Fédération Française de Tennis, JCDecaux réaffirme l'importance de l'intégration des enjeux du Développement Durable dans sa stratégie de développement responsable et met l'accent sur la sobriété énergétique par la réduction des consommations électriques. Cette innovation s'inscrit tout naturellement dans le cadre de l'« engagement commun RSE FFT – Partenaires Roland-Garros » destiné à trouver ensemble des réponses aux enjeux RSE de la Fédération Française de Tennis et de Roland-Garros.

Les 150 ingénieurs de la Direction Recherche et Développement de JCDecaux travaillent quotidiennement sur le « smart lighting » et l'efficacité énergétique des produits et solutions du Groupe, en généralisant l'éclairage par LED et en systématisant la mesure de luminosité de tous les écrans numériques installés en extérieur.

Depuis plus de 10 ans, JCDecaux déploie ainsi des abribus non publicitaires autonomes en énergie, en s'appuyant notamment sur son brevet d'éclairage de toit piloté par un capteur de présence, comme c'est le cas à Strasbourg, Leicester (Royaume-Uni) ou Stavanger (Norvège).

Des abribus publicitaires autonomes en énergie sont, quant à eux, installés dans des géographies favorables qui rendent la solution pertinente comme les pays proches de l'équateur, où la durée moyenne du jour varie peu au cours de l'année et où l'ensoleillement moyen est élevé.

Cette offre d'abribus autonomes complète et enrichit la gamme de solutions innovantes que JCDecaux peut proposer aux villes et compagnies de transport en matière d'énergie solaire. Ainsi la capacité d'innovation du Groupe dans le domaine de l'efficacité énergétique s'illustre aussi par :

- des mobiliers serviciels autonomes comme la station vélo solaire présentée à Paris durant la COP21 dont une version industrielle sera déployée à Nantes à la fin de l'été 2018 ;
- des mobiliers intégrant une production solaire partielle, comme les 100 abris voyageurs parisiens avec écran tactile : l'énergie produite par les panneaux solaires disposés sur les toits est directement consommée par l'écran e-Village®, venant diminuer la consommation globale de l'abri et contribuant à une économie d'énergie de plus de 30% par rapport aux abribus non digitaux précédents.

Bernard Giudicelli, Président de la Fédération Française de Tennis a indiqué : « *la Fédération Française de Tennis, qui a inscrit le développement durable au cœur de sa stratégie fédérale, salue cette belle initiative de JCDecaux. Cette dernière répond parfaitement aux engagements RSE que nous avons fixés cette année avec les différents partenaires de Roland-Garros.* »

Jean-Charles Decaux, Président du Directoire et Co-Directeur Général de JCDecaux, a déclaré : « *cette initiative prise avec la FFT dans le cadre de Roland-Garros démontre à nouveau l'engagement de JCDecaux en matière de développement durable, sa capacité à proposer des solutions innovantes et sa volonté de rendre les villes plus durables, plus conviviales et plus accueillantes grâce à un mobilier urbain à l'empreinte énergétique raisonnée.* »

Chiffres clés de JCDecaux

- Chiffre d'affaires 2017 : 3 493m€*
- 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 218 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 1er 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