

L'innovation digitale de JCDecaux récompensée à Singapour par le prix de la « contribution la plus innovante à une campagne par un groupe média »

Communication Extérieure

Afrique du Sud
Algérie
Allemagne
Angola
Arabie Saoudite
Argentine
Australie
Autriche
Azerbaïdjan
Belgique
Botswana
Brésil
Bulgarie
Cameroun
Canada
Chili
Chine
Colombie
Corée
Costa Rica
Croatie
Danemark
Emirats Arabes Unis
Equateur
Espagne
Estonie
Etats-Unis
Finlande
France
Guatemala
Honduras
Hongrie
Inde
Irlande
Islande
Israël
Italie
Japon
Kazakhstan
Lesotho
Lettonie
Lituanie
Luxembourg
Madagascar
Malawi
Maurice
Mexique
Mongolie
Mozambique
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
Turquie
Ukraine
Uruguay
Zambie
Zimbabwe

Paris, le 20 septembre 2017 – JCDecaux S.A. (Euronext Paris : DEC), numéro un mondial de la communication extérieure, annonce que sa filiale JCDecaux Singapour a reçu le prix de la « contribution la plus innovante à une campagne par un groupe média », à l'occasion des « 2017 Singapore Media Awards » pour sa campagne dynamique déployée avec Martell à l'aéroport Changi de Singapour (Terminal 1)*.

Du 4 au 31 mai 2017, JCDecaux a réalisé en partenariat avec Martell (Pernod Ricard) une campagne innovante, afin de promouvoir le lancement, en édition limitée, de la collection Martell Single Estate. 23 nouveaux écrans digitaux 85" ont diffusé des contenus dynamiques associés à WeChat Shake Solution. L'outil « Dynamic Solution » de JCDecaux a été utilisé pour relayer des contenus personnalisés basés sur des informations en temps réel relatives aux vols et à la localisation géographique des passagers. Les vols à destination de huit villes chinoises, décollant dans un délai de 45 minutes à deux heures, étaient affichés sur les écrans digitaux, accompagnés d'un message invitant les passagers à profiter au mieux de leur temps d'attente en découvrant la nouvelle collection Martell Single Estate au magasin duty-free le plus proche. Afin de capter instantanément l'attention des voyageurs, les messages étaient proposés en mandarin, ainsi qu'en anglais. Pour guider les passagers, à partir de leurs coordonnées GPS, les écrans affichaient la distance exacte jusqu'au magasin duty free. En vue d'un engagement encore plus fort avec la marque, les dispositifs digitaux étaient équipés de la solution « JCDecaux Beacons ». Grâce à un message situé en bas de l'écran, les voyageurs pouvaient secouer leur téléphone mobile avec la fonction WeChat Shake et recevoir un bon promotionnel exclusif à échanger contre des mignonnettes de Martell Corden Bleu au magasin duty-free. Cette campagne pour Martell Single Estate a remporté un franc succès online et offline, avec un taux de clics exceptionnel de 91 % depuis WeChat Shake, un taux d'échange des bons de 67 % et une croissance à deux chiffres de leurs ventes en duty free à l'aéroport par rapport au même mois de l'année précédente.

Présent sur l'île depuis 1999, JCDecaux Singapour vise l'excellence en matière de communication extérieure avec des produits innovants, un design et une maintenance de grande qualité ainsi que des emplacements stratégiques. JCDecaux a d'ailleurs été élu dix fois « numéro un de la communication extérieure » par les annonceurs et les agences publicitaires depuis 2006. Le Groupe est présent à l'aéroport de Changi à Singapour, dans les centres commerciaux haut de gamme, des galeries sur Orchard Road et dans le quartier d'affaires, en affichage grand format ainsi que dans les cinémas. L'offre de JCDecaux Singapour englobe plus de 500 solutions publicitaires visibles par plus de cinq millions de résidents.

Changi est non seulement le 6^e aéroport le plus fréquenté au monde avec un trafic international annuel de 58,7 millions de passagers, mais aussi le plus récompensé avec plus de 540 distinctions depuis son ouverture en 1981. JCDecaux en gère la concession publicitaire depuis 2011, renouvelée en 2016 jusqu'à 2022. En tant que numéro un mondial de la publicité dans les aéroports, le Groupe a toujours déployé à Changi des dispositifs digitaux premium, esthétiques et exclusifs, à l'image des colonnes « Digital 360° » en 2012, des « Digital Towers » en 2014 ou encore du « Digital Mural » en 2016. Dans le cadre du renouvellement de sa concession, JCDecaux a pour objectif d'étendre sa présence dans l'aéroport avec une offre publicitaire étoffée, basée sur des solutions digitales interactives intégrant les technologies les plus récentes. L'ambition est de permettre aux annonceurs d'interagir avec les passagers via différentes plateformes digitales et notamment leurs terminaux mobiles. Les marques seront ainsi en mesure de diffuser plus efficacement leurs campagnes grâce à la nouvelle plateforme média multi-supports de JCDecaux.

**Campagne soumise à la législation applicable à Singapour. L'abus d'alcool est dangereux pour la santé ; les boissons alcoolisées doivent être consommées avec modération.*

JCDecaux SA
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 Anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance au capital de 3 240 270,51 euros - 307 570 747 RCS Nanterre - FR 44307570747

Sandrine Tesniere, Responsable Marketing régional de Pernod Ricard Travel Retail APAC, a déclaré : « *Pernod Ricard est toujours à la recherche de moyens innovants pour communiquer avec les voyageurs dans le cadre d'une relation connectée et engageante. Les nouvelles opportunités de communication offertes par JCDecaux permettent à Pernod Ricard (Martell) de toucher les bonnes personnes au bon moment avec les bons messages. La complémentarité entre des contenus intelligents et l'interactivité digitale (WeChat Shake) a réussi à attirer les passagers vers les magasins et à les sensibiliser à notre marque en créant un lien personnalisé.* »

Madame Teo Chew Hoon, Senior Vice-Présidente Groupe de la Division Airside Concessions de Changi Airport Group, a déclaré : « *L'aéroport de Changi cherche constamment à repenser l'expérience de voyage des passagers. Forts de notre partenaire JCDecaux et de ses dernières innovations digitales, nous pouvons désormais susciter davantage l'enthousiasme et l'intérêt de nos passagers avec des contenus dynamiques personnalisés et des interactions innovantes, tout en offrant à l'annonceur des résultats mesurables. Nous nous réjouissons de pouvoir développer d'autres initiatives de ce type dans le futur.* »

Jean-Charles Decaux, Co-Directeur Général de JCDecaux, a déclaré : « *Nous sommes très fiers d'avoir reçu le prix de la « contribution la plus innovante à une campagne par un groupe média » à l'occasion des « 2017 Singapore Media Awards ». Le succès de cette campagne illustre les perspectives porteuses d'interactivité et de dialogue ciblé entre écrans digitaux et terminaux mobiles. Grâce à notre travail avec les équipes de Martell et nos affichages digitaux de pointe, nous avons créé une expérience unique, fluide et personnalisée au sein de l'aéroport en diffusant aux passagers des informations sur les vols et les localisations dans leur langue natale. Ce prix marque une étape très importante dans notre transformation digitale et témoigne de la reconnaissance de notre expertise dans l'utilisation des données pour atteindre nos audiences. Depuis le début de ce contrat en 2011, nous avons pour objectif, avec le soutien de Changi Airport Group, de construire une offre média de référence, à travers une stratégie produit ciblée et en déployant plusieurs formats digitaux inédits. Aujourd'hui, pour les annonceurs du monde entier, Changi fait clairement figure d'aéroport emblématique et de plateforme publicitaire modèle en Asie. JCDecaux continuera encore d'innover au sein de cet aéroport prestigieux dans les années à venir. Je tiens à remercier notre équipe de Singapour, qui s'est engagée à 100 % dans la transformation digitale du Groupe et voit son savoir-faire salué par le marché.* »

Chiffres clés de JCDecaux

- Chiffre d'affaires 2016 : 3 393m€, Chiffre d'affaires du premier semestre 2017 : 1 641m€
- 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 (559 070 faces publicitaires)
- N°1 mondial de la publicité dans les transports avec plus de 220 aéroports et 260 contrats de transport dans les métros, bus, trains et tramways (354 680 faces publicitaires)
- N°1 européen de l'affichage grand format (169 860 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Europe (721 130 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Asie-Pacifique (219 310 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Amérique Latine (70 680 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure en Afrique (29 820 faces publicitaires)
- N°1 de la communication extérieure au Moyen-Orient (16 230 faces publicitaires)
- Leader du vélo en libre-service : pionnier de la mobilité douce
- 1 117 890 faces publicitaires dans plus de 75 pays
- Une présence dans 4 280 villes de plus de 10 000 habitants
- Audience quotidienne : plus de 410 millions de personnes
- 13 030 collaborateurs

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