

La Direction Générale Commerce, Marketing et Développement de JCDecaux en France adapte son organisation pour mieux servir ses clients et répondre à leurs nouveaux enjeux

La fragmentation toujours plus affirmée du paysage media français, qui s'accompagne d'une véritable course à l'attention, a conduit JCDecaux à réaffirmer cette année sa singularité et la richesse de son offre en France. Avec « *Des solutions pour tous* », JCDecaux propose désormais à chaque annonceur, petite ou grande marque, locale, nationale ou internationale, la visibilité, la puissance, l'affinité avec les audiences, l'expérience à la fois individuelle et collective, que seule la communication extérieure peut offrir.

Afin d'accélérer cette recherche de solutions sur-mesure pour ses clients en France et sous le leadership de **Jean Muller**, son Directeur Général Délégué Commerce et Développement, JCDecaux adopte une nouvelle organisation centrée sur ses clients, qui bénéficient désormais d'un interlocuteur commercial unique, appuyé par une équipe d'experts.

Cette organisation simplifiée pilotée par **Nicolas Delbos** et **Frédéric Marin**, co-directeurs commerciaux des Ventes Nationales, s'articule autour de deux grands pôles : un **pôle Développement Annonceurs** et un **pôle Trading**, dédié aux agences media.

Le pôle Développement Annonceurs comprend 6 expertises sectorielles :

- Retail, automotive, finance and telecommunications
- Fast moving consumer goods
- Luxury fashion and beauty
- High Tech and services
- Entertainment
- BtoB

Les équipes de JCDecaux Airport Paris sont associées à cette organisation pour développer les synergies au profit de l'expertise client.

Le pôle Trading est organisé autour des principaux groupes d'agences media, sans oublier les agences media indépendantes, signe de la pluralité et du dynamisme de la place de Paris.

Cette nouvelle organisation, conçue pour offrir plus de simplicité, de réactivité et de performance, a pour vocation d'optimiser les relations aussi bien avec les annonceurs qu'avec les agences media. Chaque annonceur ou chaque agence bénéficie ainsi d'**un interlocuteur commercial unique**, et d'**une équipe d'experts dédiée**, à même de répondre à l'ensemble de ses besoins et problématiques : digital, événementiel, formats iconiques, audience planning, etc. et ceci quels que soient les univers : aéroports, centres-villes, centres commerciaux, etc.. Fortes de la puissance inégalée du media

JCDecaux, de leur connaissance des enjeux sectoriels et de leur proximité avec leurs clients, les équipes apporteront une dimension renforcée de conseil et des solutions plus intégrées pour favoriser une rencontre optimale des marques et de leurs audiences.

Dans cette même logique, les équipes Marketing, Etudes et Data, conduites par **Alban Duron**, directeur Marketing, interviendront de façon transversale pour fluidifier la relation avec les annonceurs et les agences et les accompagner sur l'ensemble des problématiques, et en particulier sur les sujets de performance, de mesure de l'efficacité et data-planning dans l'univers urbain.

En cohérence avec l'accélération du DOOH, qui représente plus de 12% du marché de la communication extérieure et occupe une part croissante dans les plans media, JCDecaux se dote également d'une **direction Digital Out-Of-Home**, pilotée par **Adrien Figula** (précédemment directeur de JCDecaux Live). Experte dans son domaine, elle collaborera avec l'ensemble des directions de l'entreprise pour valoriser ses actifs digitaux dans tous les univers : digital urbain, aéroports, retail, parcs d'exposition. Elle travaillera en synergie avec les équipes commerciales pour définir les solutions digitales les mieux adaptées à chaque client.

Créativité et inspiration étant au cœur des enjeux de la communication extérieure, la Direction Générale Déléguée Commerce et Développement se renforce avec **La Rue**, véritable trait d'union créatif entre les marques et le media JCDecaux. Sous l'impulsion de **Damien Melich** (précédemment Directeur de la création et des contenus), La Rue réunit trois expertises :

- **Live**, pour faire vivre les marques dans l'univers urbain, par l'événementialisation et l'interaction ;
- **Explore**, pour co-crée des solutions innovantes aux problématiques des marques, en s'appuyant sur l'intelligence collective et le design thinking ;
- **Efficacité créative**, pour accompagner la prise de parole des marques et maximiser l'efficacité des campagnes.

Isabelle Schlumberger, Directeur Général Commerce, Marketing et Développement a déclaré :
« Cette nouvelle organisation client-centric, qui allie qualité de la relation et expertise, nous permet d'approfondir notre connaissance des spécificités de nos clients et de proposer une démarche conseil renforcée. Notre engagement dans le programme Smarter d'études et de Data permet une mesure plus tangible de la puissance et de l'efficacité du media JCDecaux, en particulier sur le baromètre Drive to store affiné en 2019. Avec la direction DOOH et La Rue, JCDecaux a pour ambition d'apporter à ses clients, annonceurs et agences, des réponses encore plus pertinentes en s'appuyant sur les atouts du digital et sur des ressorts créatifs réinventés. »

A propos de JCDecaux

JCDecaux, N°1 mondial de la communication extérieure, est aujourd'hui présent dans plus de 80 pays et 4 033 villes de plus de 10 000 habitants, et joue un rôle majeur dans la transformation des univers urbains. Tout a commencé en 1964 lorsque Jean-Claude Decaux installe les premiers abribus publicitaires à Lyon, poussé par la volonté d'embellir les villes en y installant gratuitement du mobilier urbain en échange de l'exclusivité de son exploitation publicitaire à des emplacements privilégiés. Depuis plus de 50 ans, les produits et services proposés aux villes par JCDecaux sont considérés comme la référence en matière d'écoconception, de qualité, d'esthétique et de fonctionnalité. Grâce au savoir-faire de ses collaborateurs, l'excellence des réalisations du Groupe, notamment en matière d'entretien et la maintenance, est reconnue mondialement par les villes, les autorités aéroportuaires et de transports, ainsi que les annonceurs.

JCDecaux est le seul acteur mondial à exercer exclusivement le métier de la communication extérieure et à en développer toutes les activités : mobilier urbain, publicité dans les transports et affichage grand format.

Pionnier en matière de communication extérieure digitale, JCDecaux offre aux annonceurs d'immenses opportunités créatives et une grande flexibilité, grâce à des campagnes sur-mesure et ciblées.

Avec près de 60 000 écrans publicitaires digitaux dans le monde, JCDecaux déploie une nouvelle expérience de communication pour les marques. Elle s'appuie sur la dynamique de messages thématiques, ciblés, affinitaires et en temps réel. Désormais, les frontières du temps et de l'espace s'effacent au profit d'une communication contextuelle, permettant de plus interagir en direct avec les individus ou encore avec les réseaux sociaux.

www.jcdecaux.fr

Contact presse :

Estelle Ardouin - Tél. : 01 30 79 34 48 - estelle.ardouin@jcdecaux.com