

« Céline Paris Expérience » : JCDecaux lance une offre média d'exception pour le grand retour de Céline Dion à Paris



À la rentrée 2026, Paris s'apprête à vivre un rendez-vous mondial sans précédent : le grand retour sur scène de Céline Dion, qui suscite déjà un engouement inédit. Avec 1,2 milliard d'euros de retombées économiques attendues et plus de 900 % de hausse des réservations hôtelières pour la première série de concerts en septembre 2026, cet événement confirme le pouvoir d'attractivité exceptionnel de la capitale. Face à cet engouement, 10 dates supplémentaires ont été annoncées, portant à près de 800 000 le nombre total de places disponibles. À cette occasion, JCDecaux lance « Céline Paris Expérience », une offre commerciale permettant aux marques de s'associer à cette manifestation d'envergure planétaire et de toucher l'ensemble de ses fans, avec des dispositifs activables jusqu'en mai 2027.

Le retour de Céline Dion à Paris va attirer une affluence exceptionnelle venue de toute la France et de l'étranger. Cette audience est une véritable opportunité média et business pour les annonceurs. Voilà pourquoi JCDecaux propose deux nouvelles offres « Céline Paris Expérience », déployées en amont et durant la série de concerts donnés par Céline Dion à Paris. Des solutions puissantes, contextuelles et impactantes, pensées pour accompagner les déplacements des spectateurs et des visiteurs, et permettre aux marques d'être vues au plus près de leurs publics, tout au long de l'événement.

- **Le Parcours Fan Experience** : parce qu'un tiers des spectateurs sera international, il est stratégique d'assurer une présence continue depuis l'aéroport jusqu'au cœur de Paris. Le Parcours Fan Experience combine 145 écrans DOOH dans les aéroports de Paris (Paris-Charles de Gaulle et Paris-Orly) pour générer de l'émotion dès l'atterrissage, une toile de 665 m² à Saint-Ouen pour une visibilité incontournable et 100 écrans DOOH à Paris pour transformer l'émotion en business sur les principaux parcours touristiques de la capitale.

- **L’Arena Impact** : avec plus de 480 000 billets vendus, la concentration de fans autour de Paris La Défense Arena sera unique. Cette offre 100 % DOOH se décline en deux dispositifs complémentaires : Arena Impact Avenue Charles-de-Gaulle, avec 19 écrans DOOH à Neuilly pour une couverture totale des flux en direction de Paris La Défense Arena et Arena Impact La Défense, avec 52 écrans du parvis (sortie du métro) jusqu’aux portes de la salle de concert.

Les agences médias et annonceurs peuvent, dès à présent bénéficier des offres « Céline Paris Expérience » auprès de leurs experts JCDecaux habituels.

Jean Muller, Directeur Général Commerce, Marketing et Développement FLIB (France, Luxembourg, Israël, Belgique) de JCDecaux, a déclaré : « *« Céline Paris Expérience » est une occasion unique pour les annonceurs de se connecter à un moment d’émotion mondiale associé au retour de Céline Dion à Paris. En mobilisant la richesse de notre data et la force de nos réseaux, nous avons conçu des dispositifs sur mesure qui accompagnent les publics dans tous leurs déplacements, des aéroports de Paris jusqu’à Paris La Défense Arena. L’espace public est plus que jamais la scène d’expression privilégiée pour des marques, avec des campagnes qui conjugent visibilité, proximité et intensité relationnelle.* »

À propos de JCDecaux

JCDecaux est le N°1 mondial de la communication extérieure, présent dans 79 pays et 3 895 villes de plus de 10 000 habitants, et en développe toutes les activités : mobilier urbain, publicité dans les transports (avec 154 aéroports et 257 contrats de transport dans les métros, bus, trains et tramways) et affichage grand format. Depuis plus de 60 ans, les produits de JCDecaux sont considérés comme la référence en matière d’innovation, de qualité, d’esthétique et de fonctionnalité. A l’heure des villes intelligentes, JCDecaux se positionne pour en être l’un des acteurs majeurs et participe d’ores et déjà à l’émergence d’une ville connectée toujours plus humaine, ouverte et durable. JCDecaux pratique et promeut la communication extérieure responsable et place plus que jamais l’exigence sociale et la qualité environnementale au cœur de ses solutions et de ses métiers. Dans le cadre de sa feuille de route RSE 2030, JCDecaux a formalisé une Stratégie Climat ambitieuse alignée sur les objectifs de l’Accord de Paris en vue d’atteindre le Net Zéro Carbone en 2050. Cette politique découle de la volonté de JCDecaux de participer à l’atténuation du changement climatique à l’échelle mondiale tout en répondant aux ODD (Objectifs de Développement Durable) définis par l’ONU. 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), MSC (AAA), Sustainalytics (11,1) et classé Or par EcoVadis.

Contact Presse JCDecaux : Clémentine Prat – 01 30 79 79 10 – clementine.prat@jcdecaux.com

Pour plus d’information : www.jcdecaux.com

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